|  |  |
| --- | --- |
| **En description des segments** | Segmenter le marché |
|  | Placer les NCA et NCR |
|  | Quantifier les segments  |

**THOMAS LABORDERIE – PROMO 2016-2018 – APPLI DIAGNOSTIC CARSCONNECT**

* 1. La segmentation du marché

Tout d’abord il est important de prendre en compte les différents facteurs d’influence capables d’impacter les consommateurs. Les individus voulant satisfaire leur besoin de diagnostic mécanique usent de différentes solutions. En conséquence, on peut constater que ce marché est qualifiable de segmenté.

En effet, la segmentation d’un marché consiste à déterminer des différences significatives dans les comportements des individus pour pouvoir les regrouper dans des catégories homogènes de consommateurs.

Ces différentes catégories de consommateurs, regroupés de façon homogène, permettront par la suite de mettre en place une stratégie marketing adaptée aux segments visés ainsi qu’au marché concerné.

* + 1. L’arbre de segmentation relatif au marché du PFR « Carsconnect »

Quantification des segments

La quantification des différents segments permet d’obtenir une analyse approximative des consommateurs susceptibles d’être ciblés pour pouvoir mener à bien une stratégie marketing.

En l’occurrence, nous avons déjà pu quantifier les 2 premiers segments au cours de la première partie. (Cf. partie 1 🡪 B . L’indentification des clients).

Nous avons donc pu précédemment déterminer la population totale de voiture en France soit **38.408.000** d’après le parc automobile Français ainsi qu’une demande théorique de **2.783.740** individus**.** Pour pouvoir affiner notre segmentation nous avons donc choisi deux critères supplémentaires : la fréquence d’utilisation des voitures pas habitants (Plus une personne utilise son véhicule plus elle est susceptible de rencontrer un problème et donc de faire appel à Carsconnect) et les kilométrages moyens effectuer en fonction des utilisations régulières et irrégulières du véhicule.

* Tout d’abord nous avons pu constater que 62% des automobilistes avaient une utilisation régulière de leur voiture[[1]](#footnote-1). Soit **1.725.919** personnes utilisent leur voiture tous les jours. On peut donc en conclure que **1.057.821** personnes n’ont pas une utilisation régulière de leur véhicule. (Critère n°3°).
* Pour le quatrième critère de l’arbre de segmentation, nous avons pu déterminer grâce au pourcentage de kilomètres moyens par habitant, le kilométrage moyen des véhicules français en 2015 soit une moyenne de **15.000** Km/an.[[2]](#footnote-2) Nous avons également pu déterminer que 55% des utilisateurs quotidiens de véhicules roule plus de 15 000km/an soit **949.255** personnes contre **776.663** (Utilisation quotidienne cependant inférieur à 15.000km/an). [[3]](#footnote-3)

 Réhabilitons cette opération avec les personnes ayant une utilisation occasionnelle de leur véhicule (Critère n°4).

1. https://www.notre-planete.info/ecologie/transport/placeauto.php [↑](#footnote-ref-1)
2. http://www.linternaute.com/auto/magazine/enquete-en-ligne/enquete-en-ligne-vous-et-votre-voiture/une-moyenne-de-15-000-km-an.shtml [↑](#footnote-ref-2)
3. http://www.linternaute.com/auto/magazine/enquete-en-ligne/enquete-en-ligne-vous-et-votre-voiture/une-moyenne-de-15-000-km-an.shtml [↑](#footnote-ref-3)