



SOMM

PROJET

- 6 Présentation du projet
- 7-8 Justification du projet
- 9-10 Méthodologie d'étude

LE DIY

- 11-13 L'histoire du DIY
- 14-15 Le DIY en chiffres

ÉTUDE DE MARCHÉ

- 16-17 Marché du DIY (loisirs créatifs)
- 18-19 Marché de la box livrée à domicile
- 20-23 Marché de l'e-commerce
- 24-31 Analyse du macro environnement
- 32-33 Bilan et validation du concept

ANALYSE DE L'OFFRE

- 34-39 Boxs professionnelles
- 40 Boxs amatrices
- 41 Bilan : comment se démarquer ?

ANALYSE DE LA DEMANDE

- 42-43 Sondage
- 44-46 Résultats et interprétations

BILAN

- 47 SWOT externe
- 48 Diagnostic : Peut-on lancer cette activité ?

STRATÉGIE DE MARKETING

- 49 Positionnement marketing
- 50 Segmentation
- 51-52 Cibles marketing
- 53 Objectifs marketing

MAIRE

MARKETING MIX

- 54-57 Politique de produit
- 58 Politique de prix
- 59 Politique de distribution

BILAN

- 60 SWOT interne
- 61 Diagnostic et problématique

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- 62 Positionnement
- 63-64 Cibles de communication
- 65 Objectif de communication

STRATÉGIE DES MOYENS

- 66-67 Médias
- 68-71 Hors médias

STRATÉGIE CRÉATIVE

- 72 Nom de la box
- 73-75 Hors médias

ASPECTS JURIDIQUES

BUDGET

CALENDRIER

CONCLUSION

SOURCES



PAYER VIA PAYPAL

45 €

Somme entièrement reversée
à l'autrice du dossier