



## ÉTUDE DE MARCHÉ

### Les objectifs



Avoir une vision globale du marché et de ses évolutions

Faire des choix immédiats

Construire une stratégie achats



## DÉROULEMENT D'UNE ETUDE DE MARCHÉ

### Réunion de préparation avec le client

Définition précise des attentes :

- Techniques
- Economiques
- En termes de localisation

### Phase de prospection

Possibilité de la faire sous votre nom ou celui de Bridging

### Phase d'échanges avec les prospects

Discussions / Pré-évaluation documentaire

### Définition d'une short list

Elle est réalisée sur la base de critères adaptés aux besoins clients

### Réunion de clôture

- Présentation de l'étude
- Conclusions
- Préconisations de Bridging



### Les "+" Bridging

- Des experts métiers
- Des partenaires localisés dans des zones géographiques stratégiques
- Un réseau actif évolutif de fournisseurs référencés