**Modèle 1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Question**  | **Réponse**  |
| Qui sont les trois principaux concurrents de votre association membre ?   | 1. X
2. X
3. X
 |
| Pourquoi sont-ils vos concurrents ? 1. Leurs produits ou services sont-ils destinés à des marchés cibles/groupes similaires ?
2. Est-ce qu'ils opèrent dans la même zone géographique ?
 |   |
| Faiblesses : où sont-elles le moins présentes - et comment tirer profit de cela ?  |   |
| Points forts : quelles sont les forces de votre concurrence : par exemple, marketing, services, prix ?  |   |
| Quels sont leurs objectifs de programme ?  |   |
| Depuis combien de temps sont-ils dans les affaires ?  |   |
| Vos concurrents font-ils des bénéfices ? Réduisent-ils leurs prix ?  |   |
| Quelle est leur taille/leurs revenus et leur pourcentage de parts de marché ? Ils sont en expansion, ou réduction ? Est-ce qu'ils veulent maintenir ou accroître leur part de marché ?  |   |
| Quelle est leur stratégie de marketing/leur profil public ? Font-ils de la publicité dans des publications nouvelles, ou plus fréquemment ?  |   |
| Ont-ils l'intention d'introduire des produits, des services ou des équipements avec des améliorations technologiques sur votre marché ? Ont-ils amélioré un produit/service avec une innovation ?   |   |
| Vont-ils développer de nouveaux marchés pour les produits/services actuels ?  |   |
| Est-ce qu'ils ont l’intention de s'établir comme leaders du marché ?  |   |
| Quels sont leurs attributs positifs aux yeux des clients ?  |   |
| Quels sont leurs attributs négatifs aux yeux des clients ?  |   |
| Comment les clients considèrent-ils votre association membre par rapport à la concurrence ?  |   |
| Ont-ils un avantage concurrentiel ; le cas échéant, lequel ? 1. Quel est leur point de vente unique - qu’est-ce qui les rend « mieux » que vous ?
2. Les principaux atouts : que font-ils qui les distingue des autres concurrents dans votre domaine ?
 |   |
| Comment votre association membre peut-elle faire sa place dans la concurrence ? Comment pouvez-vous distinguer votre association membre de vos concurrents ?  |     |