



Opleiding Good Food Ondernemer

Module 7 Marktstudie



GoodFood

MIEUX PRODUIRE, BIEN MANGER
BETER PRODUCEREN, GOED ETEN

.brussels



HALLO!

SESSIE 7

DE MARKTSTUDIE



— CHECK-IN

Kennismaking

— WIE BENT U ? UW PERSONA

Oefening fiche persona

— WIE ZIJN DE KLANTEN?

Een online enquête opstellen

— WIE IS DE CONCURRENTIE?

USP

INTRO

CHECK-IN

HOE GAAT HET VANDAAG MET U?

WAT ZIJN UW BEHOEFTEN?



Foodcomm ●

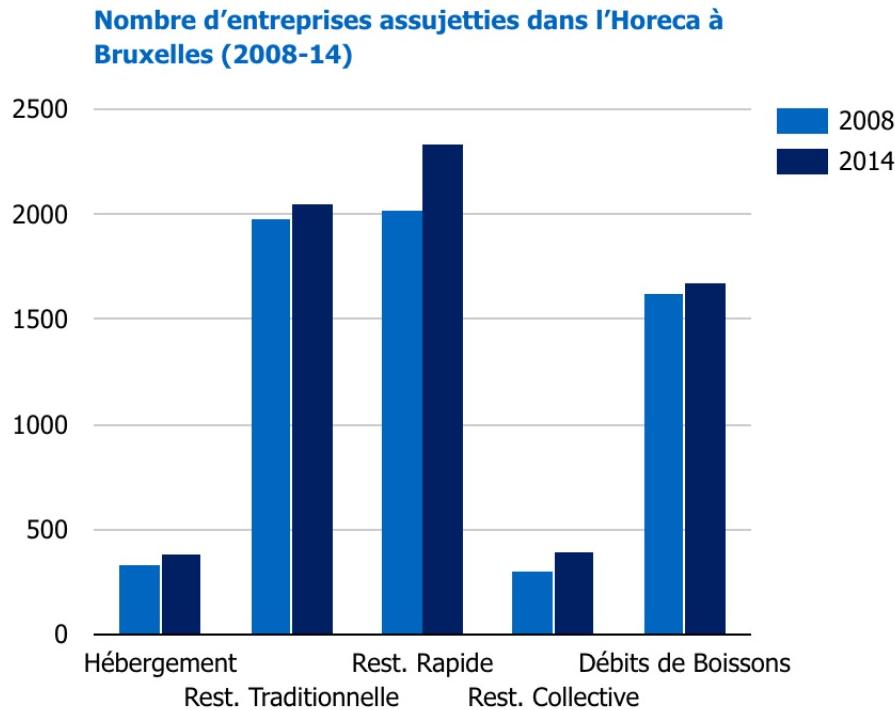
UW MARKT



MARKT

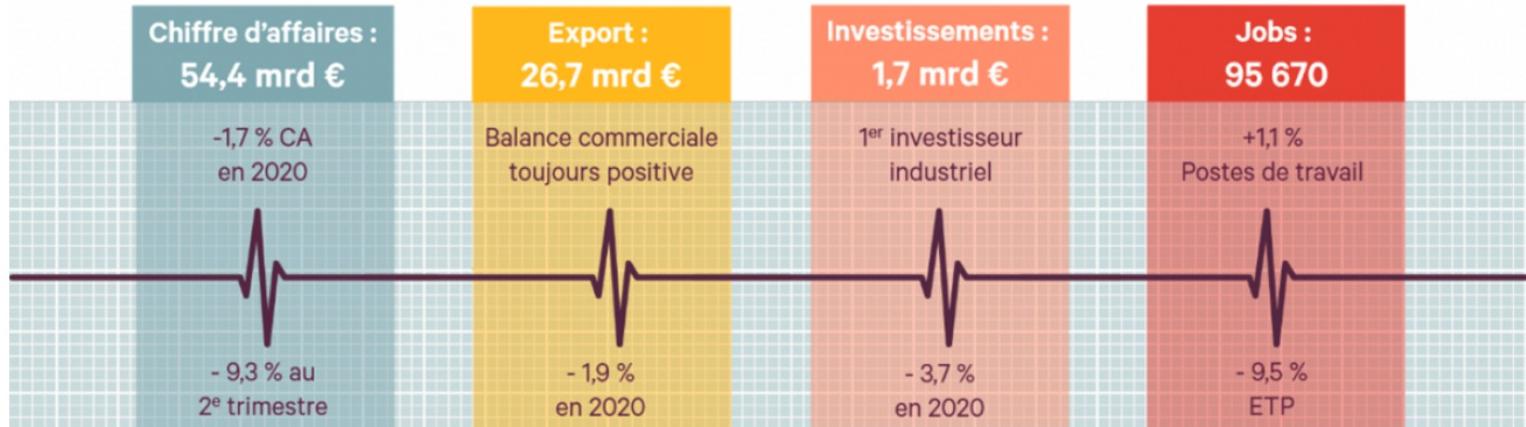
- GEOGRAFIE
- OMVANG VAN DE MARKT
- WAARDE VAN DE MARKT
- VOLUMES VAN DE MARKT

Sector HORECA Brussel



Agrovoedingssector België

Bron : FEVIA



Overzicht van de handel

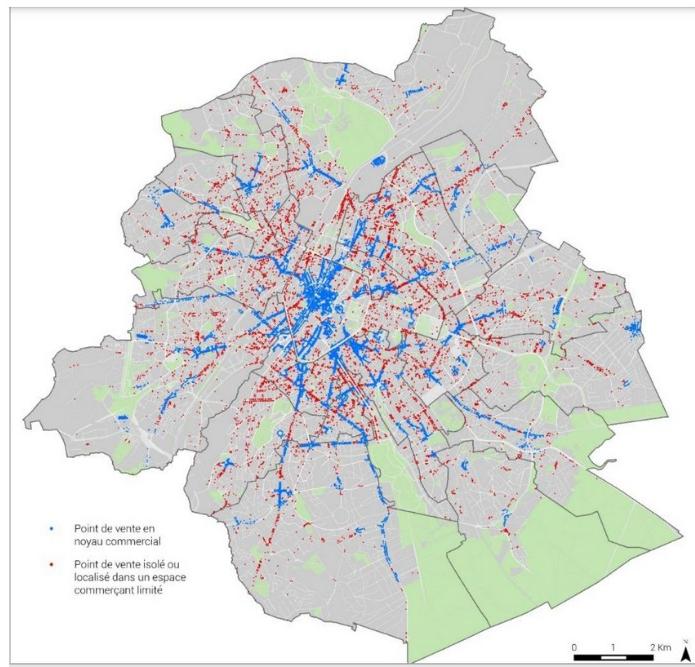
Bron: HUB



Enjeux urbains ▶ Économie urbaine ▶ Observatoire du commerce

Observatoire du commerce

L'Observatoire du commerce analyse, depuis 1999, l'évolution de la fonction commerciale en Région de Bruxelles-Capitale.



Overzicht van de handel

Bron : HUB

Question	Dépenses annuelles moyennes d'un ménage bruxellois dans les commerces de détail	
	Part dans la consommation allouée au commerce (%)	Part dans la consommation totale (%)
Q1 - Grosses courses	43,3	13,3
Q2 - Proximité	14,9	4,6
Q3 - Équipement de la personne	18,3	5,6
Q4 - Biens culturels	4,2	1,3
Q5 - Loisirs	4,0	1,2
Q6 - Décoration	7,9	2,4
Q7 - Électroménagers	3,7	1,2
Q8 - Bricolage	3,6	1,1
Total	100,0	30,7

Tableau 4 : Estimations des dépenses annuelles moyennes d'un ménage bruxellois par type d'achat
 Source : SPF Économie, 2016. - Traitements : hub.brussels, 2017.



Digitale tools

Markttendenzen: Google Trends

Vragen van klanten: Answer the public

Concurrentie: Uppersuggest

Marktstudie als lean startup

De klant begrijpen om een nieuw prototype te realiseren (MVP) en het te verbeteren



UW KLANT

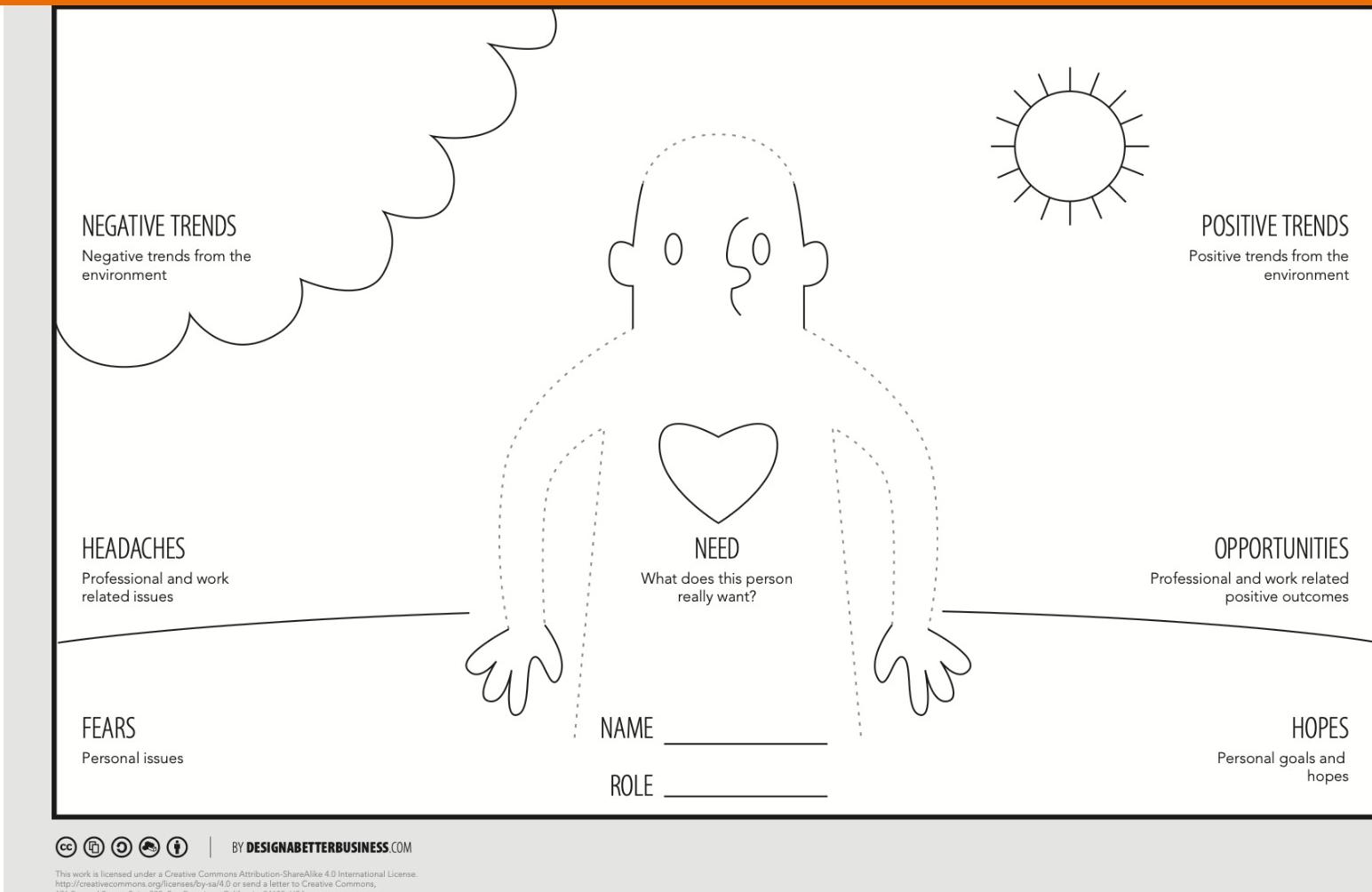


DE IDEALE KLANT

- GESLACHT
- LEEFTIJD
- WERK
- GEZIN
- MILIEU
- MOTIVERING
- DROMEN
- PROBLEEMEN...

FICHE PERSONA





HET PROBLEEM BEGRIJPEN



GoodFood

GoodFood

Foodcomm •

—
KWALITATIEVE EN KWANTITATIEVE
ENQUÊTES

—
UW PUBLIEK CONTACTEREN VIA DE
GROEPEN WAARIN U HET KAN VINDEN

—
UW ENQUÊTE VOORBEREIDEN

- ONLINE MODELENQÛTE

—
DE KUNST OM GOEDE VRAGEN TE STELLEN
(EMPATHIE)

Kwalitatieve en kwantitatieve enquête:
google form, survey monkey, typeform

Enquête in spelvorm:

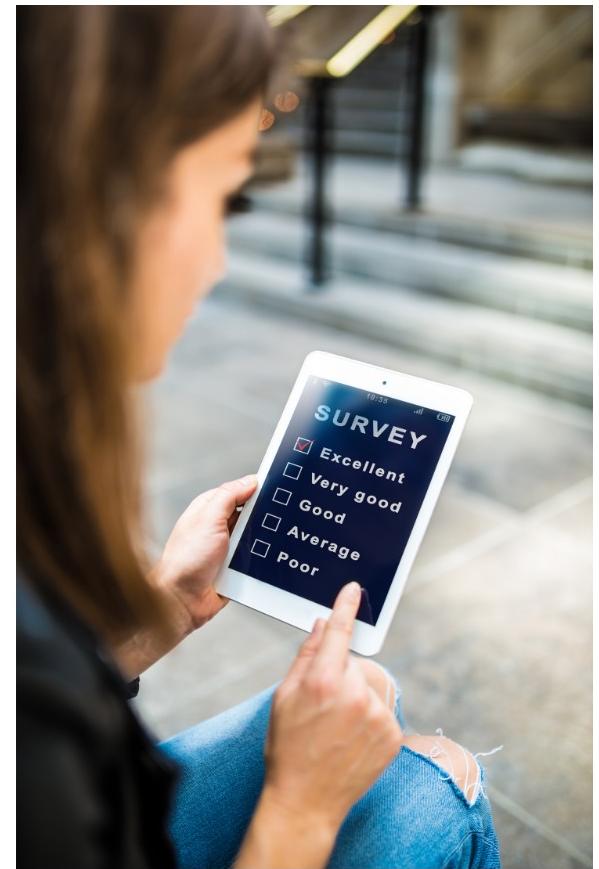
Quizz, Interact

Telefoon

Afspraak 1:1

Netwerken: groep, forum

Ga uw publiek ontmoeten waar het zich bevindt



Hoe stel ik een goede enquête op?

Open vragen
Empathie (design thinking)
Zoek het waarom achter het
hoe
Begrijp de verborgen
problemen achter zichtbare
problemen

To get into the issues

Who? How? What?
Where? When? Why?

Fishbone diagram simplified



⌚ 45 min

Be a super investigator. You need to understand your challenge before finding your revolutionary idea

EXEMPLE :
Challenge -
Comment faciliter
l'apprentissage des
langues étrangères

STEP 1 > DISCOVER

Understand the problem and identify key design questions

Challenge:

Comment accompagner un chercheur d'emploi à se lancer dans l'entrepreneuriat ?

GUIDELINES - homework

1/ With your duo, brainstorm the main sub-problems linked to your challenge. Why does this challenge exist? Find at least 2 key dimensions to explore.

2/ For each of your main sub-problems, try to dig deeper to find its root causes: why does this problem exist?
Ask yourself at least 3 times this "why" question.

3/ Look at your root cause problems and select 2 that seem the most problematic and that deserve being taken care of.

Transform these problems in challenge questions formulated like:
"How might we...?"

EXEMPLE

WHY ?

Manque de
temps pour
l'apprentissage

WHY ?

Manque de
motivation
pour la langue

WHY ?

grammaire
très difficile
à apprendre

DUO 1: Pierre & Mathieu

DUO 2: Arnaud et Charlotte

DUO 3: Maité et Emilie

Comment
pouvons nous
Rendre la
grammaire sexy à
apprendre ?

HOW MIGHT
WE...?

DE CONCURRENTIE BEGRIJPEN



—
RECHTSTREEKSE CONCURRENTIE

—
ONRECHTSTREEKSE CONCURRENTIE

—
SWOT-ANALYSE

Analyse van de concurrentie

Wie?

Wat? Product / service

Prijs?

Distributie / levering /
logistiek?

Klant?

Marktaandeel?

Tevredenheid klant?



SWOT-analyse

INTERN

Wat zijn uw sterke punten?

Wat zijn uw zwakke punten?

EXTERN

Waar zitten de mogelijkheden?

De potentiële problemen?



UW USP

USP
NIQUE
SELLING
POINT

—
NAAM
WERKWOORD
IDEALE KLANT
DOEL
PROBLEEM
INSTRUMENT

—

SCHRIJF UW USP EN TEST HEM BIJ UW
DOELPUBLIEK

Naam	Ik ben
Werkwoord	Ik help, ik begeleid
Ideale klant	vrouwen / mannen / xxx (persona)
Doel	om erin te slagen
Probleem	hun probleem op te lossen
Tool	dankzij (instrument, techniek, methodologie)

PITCH

—
UW PITCH VOOR INVESTEERDERS

IN DE PRAKTIJK

- INTERESSE OPWEKKEN
- PROBLEEM
- OPLOSSING
- OMVANG VAN DE MARKT

PITCH DECK 7 MIN

- intro
- probleem
- oplossing
- marktomvang
- mvp?
- team
- financieel
- timeline
- wat u wilt, wat u zoekt



**Your turn !
Bedankt
Elodie@foodcomm.be**