



PRÉPARÉ POUR BRAMBLETON CONSUMER GOODS

Cahier des charges

Une étude de marché à l'échelle de la catégorie et un rapport infographique destiné aux investisseurs pour le prochain lancement de produit de Brambleton.



Sommaire

01	En bref	2
02	Périmètre, calendrier & honoraires	3
03	Aperçu et objectifs	4
04	Contexte et objectifs	4
05	Livrables	5
06	Volets de travail	5
07	Spécification du flux de travail	6
08	Calendrier	7
09	Critères d'acceptation	8
10	Détail des honoraires	8
11	Récapitulatif des coûts	9
12	Échéancier de paiement	10
13	Acceptation	11

EN BREF



Cahier des charges

SOW-2026-0367

 BROUILLON

STATUT

**Brouillon —
pour révision**

EN BREF

● Périmètre, calendrier et honoraires



FLUX DE TRAVAIL

Étude de marché et rapport

Une étude de marché à l'échelle de la catégorie et un rapport infographique destiné aux investisseurs pour le prochain lancement de produit de Brambleton.

DÉBUT

26 janvier 2026

À la contresignature

DURÉE

10 semainesÉchelonné selon le
calendrier ci-dessous

HONORAIRES

\$31,500

\$31,500 plus taxe de
vente de new york —
services d'études de
marché exonérés

ACCEPTÉ PAR

Carla Whitfield

VP, Stratégie de catégorie

01



Aperçu et objectifs

Une mission de recherche de dix semaines — enquête quantitative, analyse concurrentielle de la catégorie et rapport infographique prêt pour le client — qui donne à la direction et au conseil d'administration de Brambleton une lecture claire de la croissance de la catégorie avant le lancement.

● Contexte et objectifs



L'équipe interne de Brambleton a mené trois études de catégorie précédentes sur autant d'années, chacune avec une méthodologie différente et sans vision unifiée — laissant la direction sans un chiffre unique que le conseil d'administration accepterait pour une décision de budget de lancement. La catégorie elle-même évolue également rapidement, et des données obsolètes risquent soit un lancement sous-dimensionné, soit un conseil d'administration sur la défensive qui bloque toute l'initiative.

Numeris Insights propose une mission de recherche de dix semaines : une enquête quantitative auprès de plus de 1 000 répondants, une analyse concurrentielle des principaux acteurs de la catégorie, un modèle de dimensionnement du marché avec une prévision sur trois ans, et une segmentation des acheteurs — livrés à la fois sous forme d'un rapport écrit rigoureux et d'un jeu unique de diapositives infographiques destiné au conseil d'administration. Les sections suivantes présentent l'approche, les livrables, le calendrier et l'investissement.

Livrables

RECHERCHE

Enquête quantitative auprès des acheteurs

Une enquête auprès de plus de 1 000 répondants dans la catégorie, comparée aux segments d'acheteurs cibles de Brambleton.

RECHERCHE

Analyse concurrentielle de la catégorie

Cartographie du prix, du positionnement et de la part de marché des 8 principaux concurrents.

ANALYSE

Modèle de dimensionnement du marché

Évaluation du TAM/SAM/SOM pour la catégorie avec une prévision de croissance sur trois ans.

ANALYSE

Segmentation des acheteurs

Une typologie des acheteurs en 4 segments avec des profils de facteurs d'achat.

RAPPORTS

Rapport de recherche écrit

Un rapport de résultats complet avec une annexe méthodologique.

HORS PÉRIMÈTRE

- Test de concept produit ou étude de conception d'emballage
- Données de marché internationales ou transfrontalières (marché américain uniquement)
- Suivi de marque continu ou études par vagues successives
- Achat média ou exécution de campagne basés sur les résultats



01

Prêt pour le conseil d'administration, pas seulement exact

Les résultats traduits en une présentation que le conseil lit réellement et sur laquelle il agit.



02

Une catégorie, un chiffre clair

Un modèle de dimensionnement unique et défendable remplace trois années d'études éparses.



03

Des données que votre équipe peut réutiliser

Une annexe méthodologique complète et le jeu de données brut pour une réutilisation interne.





Réf.	Élément	Spécification	Charge	Délai	Coût unitaire
SPC-01	Enquête quantitative auprès des acheteurs	Enquête menée auprès de 1 240 répondants dans l'ensemble de la catégorie	1	6 mai 2026	\$9,200
SPC-02	Analyse concurrentielle de la catégorie	Prix, positionnement et parts de marché de 8 concurrents	8	6 mai 2026	\$650 / comp
SPC-03	Modèle de dimensionnement du marché	Dimensionnement TAM/SAM/SOM avec prévision sur 3 ans	1	6 mai 2026	\$4,800
SPC-04	Segmentation des acheteurs	Typologie en 4 segments avec profils des facteurs d'achat	1	6 mai 2026	\$3,600
SPC-05	Rédaction du rapport de recherche	Rapport de conclusions complet avec annexe méthodologique	1	6 mai 2026	\$3,900

Les spécifications sont fixées à l'acceptation ; tout changement est traité selon la procédure de contrôle des modifications définie dans le présent document.

1

Semaines 1–2 · Conception de l'enquête et définition des catégories

Instrument d'enquête et définition des catégories approuvés.



2

Semaines 3–4 · Collecte des données et analyse concurrentielle

Enquête réalisée et analyse comparative des concurrents achevée.



3

Semaines 5–6 · Dimensionnement du marché et modélisation de la segmentation

Modèle de dimensionnement du marché et segmentation des acheteurs élaborés.



4

Semaines 7–8 · Rédaction du rapport écrit

Rapport de conclusions complet rédigé, avec annexe méthodologique.



5

Semaine 9 · Conception du dossier infographique

Résultats traduits en un dossier unique prêt pour le conseil d'administration.



Critères d'acceptation



Réf.	Exigence	Priorité
R-01	L'enquête doit atteindre un minimum de 1 000 réponses complètes au sein du profil d'acheteurs de la catégorie cible	OBLIGATOIRE
R-02	L'analyse concurrentielle doit couvrir les 8 principaux concurrents par part de marché de la catégorie	OBLIGATOIRE
R-03	Le modèle de dimensionnement du marché doit inclure le TAM, le SAM et le SOM avec une prévision sur 3 ans	OBLIGATOIRE
R-04	La segmentation des acheteurs doit se limiter à 4 segments distincts au maximum pour la clarté du conseil d'administration	SOUHAITABLE
R-05	Toutes les conclusions doivent être traçables jusqu'aux données sources dans une annexe méthodologique	OBLIGATOIRE



Flux de travail	Semaines	Taux	Montant
Enquête quantitative auprès des acheteurs Enquête menée auprès de 1 240 répondants dans l'ensemble de la catégorie	1	\$9,200	\$9,200
Analyse concurrentielle de la catégorie Prix, positionnement et parts de marché de 8 concurrents	8	\$650 / competitor	\$5,200
Modèle de dimensionnement du marché Dimensionnement TAM/SAM/SOM avec prévision sur 3 ans	1	\$4,800	\$4,800
Segmentation des acheteurs Typologie en 4 segments avec profils des facteurs d'achat	1	\$3,600	\$3,600
Rédaction du rapport de recherche Rapport de conclusions complet avec annexe méthodologique	1	\$3,900	\$3,900
Sous-total des honoraires			\$31,500

Honoraires \$31,500

Taxe de vente de New York — services d'étude de marché exonérés \$0

Total \$31,500

● — **Total \$31,500**

Tous les montants sont en USD et hors taxes applicables. Les honoraires sont facturés en trois jalons : 40 % à la signature, 30 % au début de la réalisation, 30 % à la mise en production.



N°	Jalon	Déclencheur	Part	Montant
01	Semaines 1–2 · Conception de l'enquête et définition des catégories	26 janvier 2026	40%	\$12,600
02	Semaines 3–4 · Collecte des données et analyse concurrentielle	Au démarrage de la livraison	30%	\$9,450
03	Semaines 5–6 · Dimensionnement du marché et modélisation de la segmentation	À l'acceptation du jalon	30%	\$9,450
Total (HT)			100%	\$31,500

Les échéances sont facturées sur la base des jalons ci-dessus et sont payables dans un délai de 30 jours à compter de chaque facture. Tous les montants sont en USD et excluent taxe de vente de new york — services d'études de marché exonérés.

La contresignature ci-dessous entérine le périmètre, le calendrier, les critères d'acceptation et les honoraires définis dans ce cahier des charges, et autorise le début des travaux à la date de début indiquée.



**POUR BRAMBLETON
CONSUMER GOODS**

Carla Whitfield

VP, Stratégie de catégorie

Date



POUR NUMERIS INSIGHTS

Numeris Insights

Signataire autorisé

Date



 **Numeris Insights**



80 Pine St, New York, NY 10005, États-Unis

research@numerisinsights.com · +1 646 555 0193

· numerisinsights.com

Numeris Insights LLC · EIN 13-4720856