

The Business Model Canvas

Réalisé pour :

Réalisé par :

Le : Jour Mois An
Version : No.

<h2>Partenaires Clés</h2>  <p>Qui sont nos partenaires clés ? Qui sont nos fournisseurs clés ? Quelles ressources sont acquises via nos partenaires ? Quelles activités clés réalisent nos partenaires ?</p> <p>OBJECTIFS DU PARTENARIAT <i>Optimisation et Economie</i> <i>Réduction des risques et incertitudes</i> <i>Acquisition de ressources ou activités spécifiques</i></p>	<h2>Activités Clés</h2>  <p>Quelles activités clés sont nécessaires pour: Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Nos relations clients ? Nos sources de revenus ?</p> <p>CATEGORIES <i>Production</i> <i>Résolution de problèmes</i> <i>Plateforme / Réseau</i></p>	<h2>Proposition de Valeur</h2>  <p>Quelle valeur délivrons-nous au client ? Quels besoins clients satisfaisons-nous ? Quelle problématique client aidons-nous à résoudre ? Quelle offre proposons-nous à chaque segment client ?</p> <p>CARACTERISTIQUES <i>Nouveauté</i> <i>Performance</i> <i>Personnalisation</i> <i>«Mission à accomplir»</i> <i>Design</i> <i>Marque / Notoriété</i> <i>Prix</i> <i>Réduction de coûts</i> <i>Réduction de risques</i> <i>Accessibilité</i> <i>Utilité / Convivialité</i></p>	<h2>Relation Client</h2>  <p>Quelle relation chaque segment client souhaite-t-il que nous établissons et maintenions avec eux ? Lesquelles avons-nous établies ? Comment sont-elles intégrées dans notre modèle économique ? Quel est leur coût ?</p> <p>EXEMPLES <i>Assistance personnalisée</i> <i>Assistance personnalisée dédiée</i> <i>Self-service</i> <i>Services automatisés</i> <i>Communautés</i> <i>Co-création</i></p>	<h2>Segments Clients</h2>  <p>Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos principaux clients ?</p> <p>EXEMPLES <i>Marchés de masse</i> <i>Marchés de niche</i> <i>Marchés segmentés</i> <i>Marchés diversifiés</i> <i>Plates-formes multi-faces</i></p>			
	<h2>Ressources Clés</h2>  <p>Quelles ressources clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Nos relations clients ? Nos sources de revenus ?</p> <p>TYPES DE RESSOURCES <i>Physiques</i> <i>Intellectuelles (marques, brevets, droits, données)</i> <i>Humaines</i> <i>Financières</i></p>		<h2>Canaux de distribution</h2>  <p>A travers quels canaux nos segments clients souhaitent-ils être atteints ? Comment les atteignons-nous ? Quel est le niveau d'intégration de nos canaux ? Lesquels sont les plus rentables ? Comment les intégrons-nous avec les habitudes clients ?</p> <p>PHASES <i>1. Sensibilisation</i> <i>Comment pouvons-nous mieux faire connaître notre offre?</i> <i>2. Evaluation</i> <i>Comment aidons-nous le client à évaluer notre proposition de valeur ?</i> <i>3. Achat</i> <i>Comment permettons-nous aux clients d'acquiescer nos produits et services ?</i> <i>4. Livraison</i> <i>Comment délivrons-nous notre proposition de valeur aux clients ?</i> <i>5. Service après vente</i> <i>Comment fournissons-nous un service après vente ?</i></p>				
<h2>Structure de Coûts</h2> <p>Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle économique ? Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <p>VOTRE MODELE ECONOMIQUE EST-IL PLUTÔT : <i>Axé sur les coûts (faible structure de coûts, tarifs bas, automatisation maximum, sous-traitance intensive) ?</i> <i>Axé sur la valeur (focalisé sur la création de valeur, proposition de valeur haut de gamme) ?</i></p> <p>EXEMPLE DE CARACTERISTIQUES <i>Coûts fixes (salaires, locations, services publics)</i> <i>Coûts variables</i> <i>Economies d'échelle</i> <i>Economies de gamme</i></p>		<h2>Sources de Revenus</h2>  <p>Pour quelle valeur ajoutée nos clients sont-ils prêts à payer ? Pour quelle offre paient-ils actuellement ? Quelle est la fréquence de paiement ? Comment préféreraient-ils payer ? Quelle est la part de chaque source de revenus sur le revenu global ?</p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="1122 1300 1332 1428"> <p>TYPES <i>Vente de biens</i> <i>Forfait d'utilisation</i> <i>Abonnement</i> <i>Prêt / Location / Crédit-bail</i> <i>Licence</i> <i>Frais de courtage</i> <i>Publicité</i></p> </td> <td data-bbox="1332 1300 1624 1380"> <p>PRIX FIXES <i>Prix listés</i> <i>Dépendant des options du produit</i> <i>Dépendant du segment client</i> <i>Dépendant du volume</i></p> </td> <td data-bbox="1624 1300 2168 1364"> <p>PRIX VARIABLES <i>Négociation (marchandage)</i> <i>Gestion de la rentabilité</i> <i>Marché temps réel</i></p> </td> </tr> </table>			<p>TYPES <i>Vente de biens</i> <i>Forfait d'utilisation</i> <i>Abonnement</i> <i>Prêt / Location / Crédit-bail</i> <i>Licence</i> <i>Frais de courtage</i> <i>Publicité</i></p>	<p>PRIX FIXES <i>Prix listés</i> <i>Dépendant des options du produit</i> <i>Dépendant du segment client</i> <i>Dépendant du volume</i></p>	<p>PRIX VARIABLES <i>Négociation (marchandage)</i> <i>Gestion de la rentabilité</i> <i>Marché temps réel</i></p>
<p>TYPES <i>Vente de biens</i> <i>Forfait d'utilisation</i> <i>Abonnement</i> <i>Prêt / Location / Crédit-bail</i> <i>Licence</i> <i>Frais de courtage</i> <i>Publicité</i></p>	<p>PRIX FIXES <i>Prix listés</i> <i>Dépendant des options du produit</i> <i>Dépendant du segment client</i> <i>Dépendant du volume</i></p>	<p>PRIX VARIABLES <i>Négociation (marchandage)</i> <i>Gestion de la rentabilité</i> <i>Marché temps réel</i></p>					

