Top of Form

*Nom de l’entreprise :*

E-colotri

*Date:*

26/09/2022

Business Model Canvas

Bottom of Form

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Partenaires clés*  Qui sont vos partenaires clés ?  Qui sont vos fournisseurs clés ?  Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ?  Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ?   * Google Play   Plateforme de téléchargement de l’application pour les appareils Androids   * Apple Store   Plateforme de téléchargement de l’application pour les appareils iOS   * ONG | *Activités clés*  Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l’offre ? (logistique, marketing, production…)  Quel lien avec les canaux de distribution ?  Quel lien avec la relation client ?  Quel coût, et pour quelles sources de revenus ?   * Publicité * Service client * Développement et maintenance | *Offre (proposition de valeur)*  Quelle proposition de valeur pour les clients ?  Quelles solutions concrètes l’offre apporte-t-elle aux clients ?  Quelles solutions l’offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ?  Quelle réponse l’offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?   * Outil de sensibilisation sur la protection de l’environnement * Diminue la pollution causée par les Data Centers * Automatise une tâche pénible pour les utilisateurs de messageries classiques * Améliore la lisibilité de la messagerie * Développe une image verte pour les entreprises abonnées | | *Relation client*  Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l’entreprise ?  Lister les types de relations client.  Comment la relation client s’intègre-t-elle au reste du modèle économique ?  Quel en est le coût ?   * Interaction avec les clients sur les plateformes Google Play et Apple Store * Service client * Réseaux sociaux | *Segments de clientèle*  Quels sont les segments de clientèle cibles ?  Pour qui crée-t-on de la valeur ?   * Clientèle âgée de 18 à 30 ans * Toutes entreprise souhaitant soit diminuer son impact environnemental soit alléger le contenu des messageries des employés |
| *Ressources clés*  Quelles ressources clés la production de l’offre requiert-elle ?  Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ?   * Connexion internet * Ordinateurs | *Canaux de distribution*  A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ?  Comment les différents canaux s’intègrent-ils ?  Quel est le canal privilégié ?  Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ?   * Google Play et Apple Store * Réseaux sociaux |
| *Structure des coûts*  Quels sont les coûts (dépenses) les plus importants générés par le modèle économique ?  Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ?  Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?   * Salaires * Energie * Loyer * Plateformes de téléchargement | | | *Sources de revenus*  Pour quelle proposition de valeur les consommateurs sont-ils prêts à payer ? Combien sont-ils prêts à payer ?  Quel est le mode de paiement préféré des consommateurs ?  Quelle est la part de chaque source de revenus sur le total des revenus ?   * Abonnements   Les entreprises payent un abonnement qui évolue avec le nombre d’employés   * Dons   Un message apparaîtra par tranche de 100 mails supprimés notifiant l’importance des dons pour notre entreprise   * Soutien des ONG   Nous entretiendrons une bonne relation avec les ONG protectrices de l’environnement afin d’obtenir leur soutien via des dons   * Instagram   Dans une vision à long terme, l’entreprise aura la possibilité d’être rémunérée pour son activité sur Instagram | | |

Top of Form