Business Model Canvas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Partenaires clés*   * Investisseurs * Groupe Jardiland * Région, État * Fournisseurs locaux de matériaux (Bois, grille, pot de fleur, copeaux...) | *Activités clés*   * Gestion des matières premières et des fournisseurs * Livraison dans les espaces de distribution * Livraison aux particuliers * Marketing | *Offre (proposition de valeur)*   * Prix attractif * Écologique * Économie d’eau * Gain d’espace * Possibilité de manger « fait-maison » sans extérieur * Aspect décoratif * Autonomie du système * Prise en main simple et rapide * Production artisanale 100 % française * Garantie de certains composants | | *Relation client*   * Service après-vente réactif * Communication via les réseaux sociaux | *Segments de clientèle*   * Le particulier ayant peu d’espace à disposition et souhaitant cultiver * Le particulier voulant ajouter de la verdure à son intérieur dans un but décoratif ou rafraîchissant * Le particulier en quête d’économie (eau, aliments, argent…) |
| *Ressources clés*   * Main d ‘œuvre * Matières premières * Entrepôts | *Canaux de distribution*   * Jardiland unique point de vente réel * Site internet * Réseaux sociaux (Instagram, YouTube.) |
| *Structure des coûts*  💲💸   * Matières premières * Publicité * Partenariats * Service après-vente * Main d’œuvre * Transport/distribution | | | *Sources de revenus*   * Partenariat Jardiland + pourcentage à la vente * Ventes en ligne * Subventions | | |
| *Impact environnemental et social*   * Transports * Traitement du bois * Utilisation d’énergie | | | *Impact environnemental et social* 🌎   * Écologique * Produit « maison » * Économie d’eau, d’argent * Produit en France | | |

Top of Form