Business Model Canvas | *Nom de l'entreprise : NO GASPI* | *Date : 27/09/2022*

## *Partenaires clés*

**Partenaires clés :**
- Fabricants de réfrigérateurs (Bosch,Whirlpool)
- Sites de recette (Marmiton)
- Grandes surfaces et magasins électroménagers (Leclerc et Boulanger)

**Fournisseurs clés :**
- Services de livraison (La Poste)
- Services de paiement en ligne (CB et PayPal)
- Fabricants de matières premières

**Ressources clés des partenaires:**
- Matières premières
- Main d'œuvre
- Visibilité
- Points de vente

**Ressources dans lesquelles les partenaires excellent :**
- Fabrication de réfrigérateurs
- Élaboration de recettes
- Conseils de vente

## *Ressources clés*

**Ressources clés que l'offre requiert:**
- Matières premières
- Matériels électroniques
- Ressources financières
- Partenaires
- Ressources humaines

**Ressources nécessaires en fonction des canaux de distribution et du type de relation client visé :**
- Ressources humaines
- Service de livraison

## *Offre (proposition de valeur)*

**Proposition de valeur pour les clients et solutions :**
- Limitation du gaspillage alimentaire
- Facilité d'utilisation et accessibilité

**Réponse aux besoins concrets du client :**
- Économies d'argent

## *Activités clés*

**Activités clés nécessaires pour produire l'offre :**
- Approvisionnement matières premières
- Gestion des stocks
- Assemblage

**Lien avec canaux de distribution :**
- Commerciaux des grandes surfaces

**Lien avec la relation client :**
- Conseils pré & post-achat

**Coûts et sources de revenus**

- **Coûts :**

- Matériels (15€ par produit et prix de vente 80€)
- Salariés (4 salariés soit 11400€ par mois)
- Locaux (loyer de 2250€ par mois pour 150m$^2$)
- Partenaires (5/6 partenaires soit 1000€ par mois)

- **Sources de revenus :**

- Marge sur la vente de produits
- Abonnement

## *Relation client*

**Type de relation attendu :**
- Conseils pré-achat et post-achat
- Service après-vente
- Service de garantie (1 an de garantie)

**Type de relation client :**
- Physique
- Digital

**Intégration de la relation client au modèle économique :**
- Conseillers par téléphone et par tchat sur le site internet

**Coût :**
- 3000€/mois (un seul conseiller)

## *Segments de clientèle*

**Segments de clientèle ciblés :**
- Particuliers

**Pour qui crée-t-on la valeur ?**
- Particuliers

## *Canaux de distribution*

**Type de canaux de distribution :**
- Digital (site et réseaux sociaux)
- Physique

**Intégration des canaux :**
- QR-code redirigeant vers fiches techniques et informations
- Onglet « disponibilité » sur site internet

**Canal privilégié :**
- Site internet

**Canaux plus adaptés aux habitudes des clients :**
- Site internet pour personnes utilisant les écrans ou n'aimant pas la « foule »
- Vente physique pour personnes n'étant pas à l'aise avec l'utilisation des écrans

## *Structure des coûts*

**Coûts les plus importants générés par le modèle économique :**
- Salaires
- Locaux de l'entreprise

**Ressources clés les plus coûteuses :**
- Écran tactile

**Activités clés les plus coûteuses :**
- Partenariat
- Service client

## *Sources de revenus*

**Proposition de valeur que les consommateurs sont prêts à payer :**
- Environ 100€ et maximum 150€

**Mode de paiement préféré des consommateurs :**
- CB pour 78% des consommateurs
- Paiement en 3x sans frais

**Part de chaque source de revenu sur le total des sources de revenus :**
- Marge de 75%
- Revenus de 2,70€ par abonnement