Top of Form

*Nom de l’entreprise :*

Electro-Tech

*Date:*

27/09/2021



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 ?   * Paiement en ligne * Logistique, entrepôt, transport * Fournisseurs de matières premières * Service de livraison * Site internet tierces pour la vente en ligne | *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 ?   * Marketing * Chaine de production * Logistique (stockage + livraison) | *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 ?   * Rameur qui permet de récupérer l’énergie produite par les sportifs * Évolution possible sur d’autres machines (adaptativité) | | *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 ?   * Relation de fidélité avec les salles de sport * Service de SAV | *Segments de clientèle*  Quels sont les segments de clientèle cibles ?  Pour qui crée-t-on de la valeur ?   * Les salles de sports souhaitant proposer une alternative écologique à leurs usagers * Particuliers sportifs souhaitant produire une part de l’électricité eux-mêmes |
| *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 ?   * Composants électroniques * Pièces mécaniques * Humaines : Production et commerce principalement | *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 ?   * Vente en ligne |
| *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 ?   * Marketing * Logistique * RH * Matières premières * Assurances * Infrastructure informatique | | | *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 ?   * Paiement en ligne (CB, Virement, Prélèvement) * Revenu sur les ventes * Prix de vente HT : 1500€ * Prix de vente TTC : 1800€ | | |

Top of Form