/ Top of Form

*Nom de l’entreprise :*

ÉDUC’TRI

*Date:*

25/09/2022

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 ?   * Entreprises de distribution et stockage * Constructeur/ fournisseur du produit * Partenaires clés : conseils régionaux et collectivités locales souhaitant sensibiliser leurs jeunes citoyens sur l’écologie | *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 ?   * Logistique * Communication * Explication et accompagnement du produit | *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 ?   * Sensibilisation au tri sélectif et apprentissage auprès des enfants * Approfondir l’éducation environnementale et améliorer la gestion des déchets sur le long terme * Possibilité de toucher un vaste public en éduquant qu’une minorité de celui-ci. Ensuite les enfants éduqueront leurs parents | | *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 ?   * Via un intervenant puis à distance grâce à un service client * Possibilité d’intervention pour réparation | *Segments de clientèle*  Quels sont les segments de clientèle cibles ?  Pour qui crée-t-on de la valeur ?   * Écoles publiques * Écoles privées * Centres aérés * Villes / départements * Création de valeurs pour les collectivités locales qui n’auront plus à se soucier si les déchets alimentaires sont triés convenablement |
| *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 ?   * Intervenants * Matériel informatique et personnel pour la communication et le contact * Moyen de locomotion peu couteux dans son fonctionnement | *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 ?   * Distribution via un petit véhicule (électrique de préférence), pas besoin de gros transports |
| *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 ?   * Construction du produit * Acheminement * Intervenants et service client * Matières les plus couteuses pour la fabrication du système : les semis-conducteurs nécessaires au fonctionnement du système électronique | | | *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 ?   * Achat ou location du produit par les clients | | |

Top of Form