

Business Model Canvas

Startup, Entreprise, ...

Nom1, Nom2, ...

JJ/MM/AAAA

X.Y

<p>Partenaires clés </p> <p>Qui sont nos partenaires clés? Qui sont nos principaux fournisseurs? Quelles ressources clés obtenons-nous de nos partenaires? Quelles activités clés les partenaires réalisent-ils?</p> <p>MOTIVATIONS POUR DES PARTENARIATS: Optimisation et économie, Réduction du risque et de l'incertitude, Acquisition de ressources et d'activités particulières</p>	<p>Activités Clés </p> <p>Quelles sont les activités clés requises par nos propositions de valeur? Nos canaux de distribution? Relation client? Flux de revenus?</p> <p>CATÉGORIES: Production, Résolution de problèmes, Plateforme / Réseau</p>	<p>Propositions de valeur </p> <p>Quelle valeur offrons-nous au client? Quels problèmes de clients aidons-nous à résoudre? Quels ensembles de produits et services offrons-nous à chaque segment de clientèle? Quels sont les besoins des clients que nous satisfaisons?</p> <p>CARACTÉRISTIQUES: nouveauté, performances, personnalisation, "Réussir le travail", design, marque / statut, prix, réduction des coûts, réduction des risques, accessibilité, commodité / facilité d'utilisation</p>	<p>Relation Client </p> <p>Quel type de relation chacun de nos segments de clientèle s'attend-il à ce que nous établissions et maintenions avec eux? Lesquels avons-nous établis? Comment sont-ils intégrés au reste de notre modèle d'entreprise? Combien coûtent-ils?</p>	<p>Clients </p> <p>Pour qui créons-nous de la valeur? Qui sont nos clients les plus importants? Notre clientèle est-elle un marché de masse, un marché de niche, une plateforme segmentée, diversifiée et à plusieurs côtés</p>
<p>Coûts </p> <p>Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle d'entreprise? Quelles ressources clés sont les plus chères? Quelles activités clés sont les plus chères?</p> <p>VOTRE ENTREPRISE C'EST PLUS: axé sur les coûts (structure de coûts allégée, proposition de valeur aux plus bas prix, automatisation maximale, externalisation poussée), axé sur la valeur (axé sur la création de valeur, proposition de valeur supérieure).</p> <p>EXEMPLE CARACTÉRISTIQUES: coûts fixes (salaires, loyers, services publics), coûts variables, économies d'échelle, économies d'envergure</p>	<p>Revenus </p> <p>Nos clients, pour quelle valeur sont-ils vraiment disposés à payer? Pour quelle valeur paient-ils actuellement? Comment paient-ils actuellement? Comment préféreraient-ils payer? Quelle est la contribution de chaque source de revenus aux revenus globaux?</p> <p>TYPES: Vente d'actifs, Frais d'utilisation, Frais d'abonnement, Prêt / Location, Crédit-bail, Frais de courtage, Publicité PRIX FIXE: Prix catalogue, Dépend de la fonctionnalité du produit, Dépendant du segment de clientèle, Dépend du volume PRIX DYNAMIQUE: Négociation (négociation), gestion du rendement, marché en temps réel</p>			

Business Model Canvas

Conçu pour:

Polytrott

Conçu par:

Trottytech

Date :

25/09/2023

Version:

0.1

Partenaires clés  <ul style="list-style-type: none"> ● Investisseurs ● Mairie / commune de Lille ● Etat (subventions) ● Lime (récupération des trottinettes de Paris?) 	Activités Clés  <ul style="list-style-type: none"> ● Installation/maintenance des abris ● Maintenance de l'application/ Mise à jour si nouveaux abris ● Marketing 	Propositions de valeur  <ul style="list-style-type: none"> ● Locations de trottinettes électriques ● Mise en place d'abris et de bornes de rechargement autosuffisants ● Permettre un déplacement rapide et facile entre les endroits forts de Lille 	Relation Client  <ul style="list-style-type: none"> ● Communauté en libre service sur l'application avec équipe de support 24h/24h ● Equipe technique disponible en cas de besoins 	Clients  <ul style="list-style-type: none"> ● Particuliers désirant se déplacer au centre de Lille sans utiliser le métro/bus
	Ressources clés  <ul style="list-style-type: none"> ● Trottinettes électriques ● Abris autosuffisants ● Application/site internet 		Canaux  <ul style="list-style-type: none"> ● Application (ajout d'une carte interactive dans l'application ilévia?) ● Directement aux bornes de paiement des abris. 	
Coûts  <ul style="list-style-type: none"> ● Infrastructures (abris, panneaux solaires, onduleurs inverseurs...) ● Location des emplacements des abris ● Achat des trottinettes 		Revenus  <ul style="list-style-type: none"> ● Abonnements mensuels ● Paiements spontanés ● Publicités sur les abris (jusqu'à 20 000e par an et par abri) 		
Coûts sociaux et environnementaux <ul style="list-style-type: none"> ● Création de batteries ● Engage une responsabilité du client 		Bénéfices environnementaux et sociaux <ul style="list-style-type: none"> ● Réduction du nombre de voitures / pollution ● Economie d'énergie ● Un moyen de transport efficace 		