

Partenaires clés	Activités clés	Offre (proposition de valeur)	Relation client	Segments de clientèle
<p>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?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Partenaires : Couvreur, artisans pour construire les maisons. - Fournisseurs : Producteur de bâches, d'attaches. - Ressources clés des partenaires : Nos partenaires seront présents pour mettre les attaches et qu'elles soient sûres de tenir quand il y aura la pression de la bâche. Ils excellent dans la construction de maison donc ils savent où placer les attaches pour que la maison soit solide 	<p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activités clés : logistique, déterminer l'endroit où les attaches seront efficaces. - Canal de distribution : producteur, consommateur - Lien client : nous nous occupons de la relation avec le client - Coûts : matières premières, installation et entretien de la bâche - Revenus : paiements clients 	<p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposition de valeur : L'offre permet aux clients d'économiser en climatisation durant la période estivale, tout en conservant l'intérêt d'un toit noir l'hiver. - Besoin des clients : réduction de la consommation de climatisation dans un souci écologique et économique 	<p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relations : Les clients attendent de nous de leur proposer une bâche adaptée et solide, qui soit efficace pour réduire leurs dépenses énergétiques. Les artisans quant à eux, attendent de nous de faire le lien avec les clients. - La relation client : via le site internet et les agences. Il faut donc embaucher des personnes pour la partie relation client. Il faut donc prévoir un coût de deux salaires par mois. - Une autre partie de la relation client se fera via des bureaux et par téléphone. - La relation client se fera du début du processus et se poursuivra tout le long de l'installation. 	<p>Quels sont les segments de clientèle cibles ? Pour qui crée-t-on de la valeur ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientèle : Particuliers (propriétaire de maison) - Nous proposons aux personnes souhaitant faire construire ou rénover leurs toits d'y intégrer un système de bâche blanche. Ces personnes sont surtout soucieuses de faire des économies d'énergies et d'argent pour s'offrir notre produit.

<p>Ressources clés</p> <p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - La production de l'offre requiert surtout des attaches et une bâche de taille suffisante pour créer le toit d'une maison. - Il faut au moins 2 employés pour gérer la communication de l'entreprise et le site internet. Par exemple, un gérant du site internet et un assistant pour répondre aux clients. 		<p>Canaux de distribution</p> <p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Canaux de distribution : Site internet, forum, appels chez les particuliers, Propositions des partenaires (boîtes de construction et couvreurs). - Le canal privilégié est les agences. Cependant le site internet est le plus adapté aux habitudes des clients.
---	--	---

<p>Structure des coûts</p> <p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coûts principaux : Les coûts les plus importants générés sont la bâche, la pose et l'entretien. - La bâche sera la matière première la plus chère 	<p>Sources de revenus</p> <p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposition de valeur : les consommateurs paieront pour économiser la climatisation, sur le long terme. - Mode de paiement : les consommateurs paieront par virement principalement - Sources de revenus : la principale source de revenu sera le paiement des consommateurs. Des partenariats avec des entreprises peuvent compléter les sources de revenus.
--	---

Coûts sociaux et environnementaux

- La bâche n'est pas dans une matière recyclable, elle devra donc être jetée à la fin de son utilisation.

Bénéfice social et environnemental

- Les consommateurs feront des économies importantes de climatisation. En effet, la climatisation est très mauvaise pour l'environnement.