




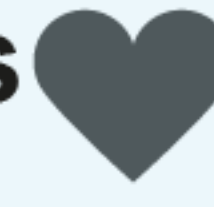





Le Business Model Canvas

Réalisé pour :

Réalisé par :

Date :

Version :

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|---|--------------|-------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|----------------------------------|----------------------------|---|----------------------------------|-------------------|------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|----------------------------|--|--------------------------|--|--|------------------|--|--|
| <h2>Partenaires Clés </h2> | <h2>Activités Clés </h2> | <h2>Propositions de Valeur </h2> | <h2>Relations avec les Clients </h2> | <h2>Segments de Clientèle </h2> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Qui sont nos partenaires clés ? Qui sont nos fournisseurs clés ? Quelles ressources obtenons-nous auprès de nos partenaires ? Quelles activités clés réalisent nos partenaires ?</p> <p>OBJECTIFS DU PARTENARIAT <i>Optimisation et Economie</i> <i>Réduction de risques et incertitudes</i> <i>Acquisition des ressources ou activités spécifiques</i></p> | <p>Quelles activités clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Notre relation avec les clients ? Nos sources de revenus ?</p> <p>CATEGORIES <i>Production</i> <i>Résolution de problèmes</i> <i>Plateforme / Réseau</i></p> | <p>Quelle valeur apportons-nous au client ? Quel problème client aidons-nous à résoudre ? Quelles combinaisons de produits et de services proposons-nous à chaque segment de clients ? A quels besoins clients répondons-nous ?</p> <p>CARACTERISTIQUES <i>Nouveauté</i> <i>Performance</i> <i>Personnalisation</i> <i>"Mission à accomplir"</i> <i>Design</i> <i>Marque / Notoriété</i> <i>Prix</i> <i>Réduction de coûts</i> <i>Réduction de risques</i> <i>Accessibilité</i> <i>Confort / Utilité</i></p> | <p>Quelles relations chaque segment client souhaite-t-il que nous établissions et maintenions avec eux ? Lesquelles avons-nous établies ? Quel est leur coût ? Comment sont-elles intégrées dans notre modèle économique ?</p> <p>EXEMPLES <i>Assistance personnalisée dédiée</i> <i>Assistance personnalisée libre-service</i> <i>Services automatisés</i> <i>Communautés</i> <i>Co-création</i></p> | <p>Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos principaux clients ?</p> <p><i>Marché de masse</i> <i>Marché de niche</i> <i>Marchés segmentés</i> <i>Marchés diversifiés</i> <i>Plates-formes multi-faces</i></p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <h2>Ressources Clés </h2> <p>Quelles ressources clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Notre relation avec les clients ? Nos sources de revenus ?</p> <p>TYPES DE RESSOURCES <i>Physiques</i> <i>Intellectuelles (marques, brevets, droits, données)</i> <i>Humaines</i> <i>Financières</i></p> | | <h2>Canaux de Distribution </h2> <p>Quels sont les canaux préférés de nos clients ? Quels canaux utilisons-nous actuellement ? Nos canaux sont-ils intégrés ? Quels canaux donnent les meilleurs résultats ? Lesquels sont les plus rentables ? Comment allons-nous les intégrer avec des routines de clients ?</p> <p>PHASES 1. <i>Sensibilisation</i> <i>Comment pouvons-nous mieux faire connaître notre offre ?</i> 2. <i>Evaluation</i> <i>Comment aidons-nous le client à évaluer notre proposition de valeur ?</i> 3. <i>Achat</i> <i>Comment permettons-nous aux clients d'acquiescer nos produits et services ?</i> 4. <i>Livraison</i> <i>Comment délivrons-nous notre proposition de valeur aux clients ?</i> 5. <i>Service après-vente</i> <i>Comment fournissons-nous un service après-vente ?</i></p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <h2>Structure des Coûts </h2> | | <h2>Sources de Revenues </h2> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle économique ? Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <p>VOTRE MODELE ECONOMIQUE EST-IL PLUTOT : <i>Axé sur les coûts (faible structure de coûts, tarifs bas, automatisation maximale, sous-traitance intensive) ?</i> <i>Axé sur la valeur (focalisé sur la création de valeur, proposition de valeur haut de gamme) ?</i></p> <p>EXEMPLE DE CARACTERISTIQUES <i>Coûts fixes (salaires, locations, services publics)</i> <i>Coûts variables</i> <i>Economies d'échelle</i> <i>Economies de gamme</i></p> | | <p>Pour quelle valeur ajoutée nos clients sont-ils prêts à payer ? Pour quelle offre payent-ils actuellement ? Comment payent-ils ? Comment préféreraient-ils payer ? Quelle est la contribution de chaque flux de revenus à l'ensemble des revenus ?</p> <table border="0"> <tr> <td>TYPES</td> <td>PRIX FIXES</td> <td>PRIX VARIABLES</td> </tr> <tr> <td><i>Vente de biens</i></td> <td><i>Prix listés</i></td> <td><i>Négociation (marchandage)</i></td> </tr> <tr> <td><i>Frais d'utilisation</i></td> <td><i>Dépendant des options du produit</i></td> <td><i>Gestion de la rentabilité</i></td> </tr> <tr> <td><i>Abonnement</i></td> <td><i>Dépendant du segment client</i></td> <td><i>Marché temps réel</i></td> </tr> <tr> <td><i>Prêt / Location / Crédit-bail</i></td> <td><i>Dépendant du volume</i></td> <td></td> </tr> <tr> <td><i>Frais de courtage</i></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><i>Publicité</i></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> | | | TYPES | PRIX FIXES | PRIX VARIABLES | <i>Vente de biens</i> | <i>Prix listés</i> | <i>Négociation (marchandage)</i> | <i>Frais d'utilisation</i> | <i>Dépendant des options du produit</i> | <i>Gestion de la rentabilité</i> | <i>Abonnement</i> | <i>Dépendant du segment client</i> | <i>Marché temps réel</i> | <i>Prêt / Location / Crédit-bail</i> | <i>Dépendant du volume</i> | | <i>Frais de courtage</i> | | | <i>Publicité</i> | | |
| TYPES | PRIX FIXES | PRIX VARIABLES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Vente de biens</i> | <i>Prix listés</i> | <i>Négociation (marchandage)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Frais d'utilisation</i> | <i>Dépendant des options du produit</i> | <i>Gestion de la rentabilité</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Abonnement</i> | <i>Dépendant du segment client</i> | <i>Marché temps réel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Prêt / Location / Crédit-bail</i> | <i>Dépendant du volume</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Frais de courtage</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Publicité</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
 The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Traduction française par : BizIT Conseil
<http://www.bizitconseil.fr>