

Business Model Canvas

<p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sites de recettes de cuisines • Associations • Entreprises privées (chaînes de grande distribution, commerces...) 	<p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avertir lorsqu'un produit arrive à sa date limite de consommation • Mise en relation des utilisateurs • Rediriger les utilisateurs vers des sites de recettes 	<p>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 ?</p> <p>Objectif : Lutter contre le gaspillage alimentaire</p> <p>Solution :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inciter les clients à consommer leurs aliments avant qu'ils périssent ou à les donner. - Donner aux utilisateurs des idées de recettes à faire pour cuisiner les produits de leur inventaire avant qu'ils ne périssent. 	<p>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 ?</p> <p>L'utilisateur aura accès via l'application à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'inventaire des produits de son frigo - Des rappels pour consommer ses produits - Des propositions de sites de recettes - Un contact facile avec les utilisateurs près de chez lui pour les échanges/dons de produits 	<p>Segments de clientèle Quels sont les segments de clientèle cibles ? Pour qui crée-t-on de la valeur ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les particuliers • Les commerces • Les sites internet proposant les recettes
	<p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Humaines (développeur informatique, partenaires commerciaux) • Matériels (application scanner) 		<p>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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réseaux sociaux • Grande surface • Partenariat 	

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 ?

- Gestion de l'application (15% du budget consacré à la création)
- Communication : publicité (20 €/j sur Facebook : entre 22 et 110 milles personnes verront l'annonce)

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 ?

- Bannière publicitaire (modèle CPC environ 0,1€ par clic)
- Affiliation : matériels de cuisine (environ 5% des achats)