

Business Model Canvas

<p>Partenaires clés Qui sont vos partenaires clés ?</p>  <p>Qui sont vos fournisseurs clés ? Producteurs locaux en majorité français : Exemple pour les œufs :</p>  <p>Boîte alimentaire pour compartimenté la box :</p>  <p>Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ? Logistique, livraison rapide de tout type de produit. Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ? Livraison express et respect des délais, gestion des stocks, livraison sur mesure.</p>	<p>Activités clés Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l'offre ? (logistique, marketing, production...) Création de recettes personnalisées, prise et préparation de commandes, transport et livraison de produit. Quel lien avec les canaux de distribution ? Circuit court : Producteur -> Distributeur -> Client Quel lien avec la relation client ? SAV disponible via le site internet et l'application mobile Quel coût, et pour quelles sources de revenus ?</p>	<p>Offre (proposition de valeur) Quelle proposition de valeur pour les clients ? Quelles solutions concrètes l'offre apporte-t-elle aux clients ? Avec notre offre le client est assuré d'avoir un régime alimentaire qui correspond à ses besoins, constitué principalement de produit frais et locaux tout en ayant une livraison rapide et adaptée à ses attentes. Quelles solutions l'offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ? Notre produit touche une clientèle globale cependant à travers les recettes disponibles via le site internet et l'application mobile nous pouvons préciser notre offre à chaque segment de clientèle Quelle réponse l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ? Notre offre permet aux clients ayant à suivre un régime stricte à cause de problèmes de santé de pouvoir respecter ses restrictions sans avoir à se déplacer, en possédant une alimentation variée avec des produits frais et locaux tout en retrouvant le goût de la cuisine.</p>	<p>Relation client Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l'entreprise ? Une relation proche, avec une prise de contact facile. Lister les types de relations client. Assistance personnelle : Le client pourra se mettre en relation avec l'entreprise via l'onglet contact disponible sur le site internet et l'application. Co-création : Le client pourra laisser un avis visible de tous sur l'application mobile ou le site internet. Comment la relation client s'intègre-t-elle au reste du modèle économique ? Le client aura un suivi de son abonnement et pourra rentrer en contact avec le SAV à tout moment. Quel en est le coût ? Hébergement du site (3€/mois) et de l'application (10€/mois) Salaire du responsable SAV à mi-temps (812€/mois) Ligne téléphonique (25€/mois)</p>	<p>Segments de clientèle Quels sont les segments de clientèle cibles ? Pour qui crée-t-on de la valeur ? Clientèle provenant de la Métropole Européenne Lilloise (MEL), adulte et de sexe confondu, de classe sociale aisée, restreint à un régime alimentaire stricte souhaitant ne pas se déplacer pour faire ses achats tout en reprenant goût à la cuisine. Le client devra être sujet aux achats via abonnement, principalement avec des achats en ligne.</p>
	<p>Ressources clés Quelles ressources clés la production de l'offre requiert-elle ? Entrepôt ; BOX MEAL'T ; Boîte alimentaire Nijji ; Recettes ; Camion frigorifique de livraison ; Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ? Entrepôt ; Camion frigorifique ; Commerce de proximité</p>		<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 ? Les produits des différents producteurs passeront exclusivement par le même canal de distribution. Les produits sont acheminés à notre entrepôt via camion puis redistribuer au domicile de chaque client via camion frigorifique.</p>	

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 ?

Plongeur :1624€/mois ;Econome :2000€/mois ;Préparateur ,trieur :1624€/mois ;

Entrepôt :3000/mois ; SAV :812€ (mi-temps)

(Prêt création) : Frais études marchés ; business plan :150-600€ ; Com/dépôt moy

INPI : 225€ HT ; Dépôt Brevet :500-700€ ; Dépôt dessin modèle boîte : 30-150€ ;

Diététicien : 3000€ ; 20€/box ;

700 LunchBox (Nijji) : PU 29.90€ soit 20 930€ pour les 700 boîtes cependant étant donné que nous achetons un nombre conséquent de boîte nous pouvons négocier le tarif à la baisse et pouvoir s'en sortir avec une réduction de 40% soit 12 558€.

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 ?

Abonnements(mensuels) : Paiement par prélèvements

Test : 1 boîte pour 1 semaine contenant 28 repas 149.99 (ESSAI -10)

4 boîtes :146.99/boîte -2% (1 mois)

13 boîtes :140.99/boîte -6% (3 mois)

26 boîtes :131.99/boîte -12% (6 mois)

52 boîtes :112,49/boîte -25% (1 an) Donc environ 135/boîte soit 54 000 /mois(100 clients)