

# Business Model Canvas

<p><b>Partenaires clés</b></p> <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"> <li>• <b>Fournisseurs</b></li> <li>• <b>Associations écologiques</b></li> <li>• <b>Entreprises de domotique, électronique</b></li> <li>• <b>ADEME</b></li> </ul>	<p><b>Activités clés</b></p> <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"> <li>• <b>Logistique (livraisons des particuliers et des grandes surfaces)</b></li> <li>• <b>Fabrication des multiprises</b></li> </ul>	<p><b>Offre (proposition de valeur)</b></p> <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"> <li>• <b>Une multiprise intelligente qui détecte lorsque vos appareils sont en veille et qui se coupe afin d'éviter le gaspillage d'électricité.</b></li> </ul>	<p><b>Relation client</b></p> <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 est le coût ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Garantie 1 an constructeur</b></li> <li>• <b>Manuel de prise en main (comment regrouper les appareils judicieusement afin d'éviter les contre indications)</b></li> </ul>	<p><b>Segments de clientèle</b></p> <p>Quels sont les segments de clientèle cibles ?      Pour qui crée-t-on de la valeur ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Particuliers</b></li> <li>• <b>Collectivités</b></li> <li>• <b>Entreprises</b></li> </ul>
<p><b>Ressources clés</b></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"> <li>• <b>Plastique recyclé</b></li> <li>• <b>Composant électrique</b></li> <li>• <b>Entrepôt</b></li> <li>• <b>Logistique</b></li> </ul>			<p><b>Canaux de distribution</b></p> <p>À 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"> <li>• <b>Site internet</b></li> <li>• <b>Grandes surfaces</b></li> <li>• <b>Magasins d'outillage</b></li> </ul>	
<p><b>Structure des coûts</b></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"> <li>• <b>Matières premières (composants électroniques, plastique recyclé)</b></li> <li>• <b>Main d'œuvre (logisticiens, ingénieurs, techniciens)</b></li> <li>• <b>Gestion du site internet et des paiements en ligne</b></li> </ul>		<p><b>Sources de revenus</b></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"> <li>• <b>Marge (entre cout de prod et de vente) → à calculer en fonction du prix pour ensuite comparer avec d'autres produits et mettre un chiffre dessus</b></li> </ul>		