

Business Model Canvas

Bottom of Form

<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"> • Entreprises de distribution et stockage • Constructeur/fournisseur des matériaux (semi-conducteurs, écran) • Partenaires clés : conseils régionaux et collectivités locales souhaitant sensibiliser leurs jeunes citoyens sur l'écologie 	<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"> • Logistique • Communication • Explication et accompagnement du produit 	<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> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation au tri sélectif et apprentissage auprès des enfants • Approfondir l'éducation environnementale et améliorer la gestion des déchets sur le long terme • Possibilité de toucher un vaste public en éduquant qu'une minorité de celui-ci. Ensuite les enfants éduqueront leurs parents 	<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> <ul style="list-style-type: none"> • Via un intervenant puis à distance grâce à un service client • Possibilité d'intervention pour réparation 	<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"> • Conseils régionaux • Colléctivités locales • Écoles privées • Rectorats et ministère de l'éducation • Centres aérés • Villes / départements • Développement possible dans les pays étrangers où les structures éducatives ont plus d'autonomie
	<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"> • Intervenants • Matériel informatique et personnel pour la communication et le contact 		<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"> • Démarchage commercial (téléphonique, mail, présentiel) • Livraison via une entreprise de distribution et stockage 	

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 ?

- Construction du produit (matières les plus coûteuses pour la fabrication du système : les semis-conducteurs nécessaires au fonctionnement du système électronique + risque de pénurie de certains composants)
- Acheminement
- Ressources humaines (intervenants, service client, communication)
- Entretien
- Dépôt de brevet

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 ?

- Location du produit par les clients
- Licensing (dépot de brevet sur la technologie)

Top of Form