

Business Model Canvas

<p>Partenaires clés Qui sont vos partenaires clés ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eranovabioplastics (bio-plastiques issus des algues vertes) • Valoplastic (valorisation des plastiques) • Ovide (valorisation des coquillages pour l'alimentation animale) • DHL (société de transport) <p>Qui sont vos fournisseurs clés ? ROSIER Mecatronique (distribution de matériels industriels en motorisation)</p> <p>Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ? Matières premières et Services de revalorisation des déchets</p> <p>Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eranovabioplastics : utilisation des macro-algues vertes pour la fabrication de résines biosourcées, recyclables, compostables • Valoplastic : spécialisée dans le négoce, la valorisation, le traitement et le recyclage des déchets plastiques • Ovide : traitement des coquilles destinées à 90 % pour l'alimentation des poules pondeuses et des pigeons sous forme de compléments alimentaires 	<p>Activités clés Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l'offre ? (logistique, marketing, production...)</p> <p>Activités clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assemblage du robot • Logistique (stockage et transport du produit vers le client) • Maintenance (techniciens pour l'installation et la réparation) <p>Quel lien avec les canaux de distribution (Vente directe)? Service Logistique -> Lien avec le transporteur</p> <p>Quel lien avec la relation client ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Service Maintenance -> SAV • Service de Vente -> commercialisation du produit <p>Quel coût, et pour quelles sources de revenus ? Coût total robot : 35 000 € Sources de revenus : % de vente de robots</p>	<p>Offre (proposition de valeur) Quelle proposition de valeur pour les clients ? Nettoyage de qualité, Faune et flore respectée, Bien-être des plaisanciers. Tarif attractif par rapport à la concurrence (40 000 €, BeBot), Personnel qualifié</p> <p>Quelles solutions concrètes l'offre apporte-t-elle aux clients ? Nettoyage de manière autonome des plages</p> <p>Quelles solutions l'offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ? Répondre au cahier des charges et gain de clients pour les entreprises privées</p> <p>Quelle réponse l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ? Récolte et trie des déchets puis revalorisation à la charge des clients via nos partenaires</p>	<p>Relation client Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l'entreprise ? Relation gagnant-gagnant.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vente des robots • Stations balnéaires : plages propres, amélioration du cadre de vie, augmentation de l'attractivité touristique <p>Lister les types de relations client.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Co-crédation, participation à la valeur de l'entreprise • Long terme <p>Comment la relation client s'intègre-t-elle au reste du modèle économique ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relation client positive : long terme, mutuellement bénéfique, environnement stable <p>Quel en est le coût ? 225 000 € à l'année soit 25 % du total des coûts</p>	<p>Segments de clientèle Quels sont les segments de clientèle cibles ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel / Hotel de luxe Comportement : respect du cahier des charges, sensibilité à l'environnement • Entreprise possédant une plage privée Comportement : respect du cahier des charges, sensibilité à l'environnement • Camping privé Comportement : respect du cahier des charges, sensibilité à l'environnement • Segments hétérogènes <p>Pour qui crée-t-on de la valeur ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les touristes • Les plaisanciers
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<ul style="list-style-type: none"> DHL : leader mondial du transport et de la logistique 	<p>Ressources clés</p> <p>Quelles ressources clés la production de l'offre requiert-elle ?</p> <p>Matériaux : Microcontrôleur, servo-moteur pour bras, servo-virant pour tapis, tapis en plastique recyclé perçable, tubes, bacs de récupération</p> <p>Coût du prototype : 300 €.</p> <p>Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ?</p> <p>Transporteur : DHL</p> <p>Magasins partenaires (Circuit Court)</p> <p>Service commercial</p>		<p>Canaux de distribution</p> <p>A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ?</p> <ul style="list-style-type: none"> Vente directe Circuit court <p>Comment les différents canaux s'intègrent-ils ?</p> <ul style="list-style-type: none"> Vente directe : assemblage et stockage des robots au pôle logistique puis transport via une société dédiée. Circuit court : assemblage des robots, transport vers des magasins de robotique dédiés aux professionnels pour la vente <p>Quel est le canal privilégié ?</p> <p>Vente directe réduction des coûts et pas d'intermédiaires</p> <p>Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ?</p> <p>Vente directe, facilité et peu de coûts de transport par rapport à l'achat en Circuit Court</p>	
<p>Structure des coûts</p> <p>Quels sont les coûts (dépenses) les plus importants générés par le modèle économique ?</p> <p>Production, Logistique, Maintenance (techniciens)...</p> <p>Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ? Matières premières, Personnel qualifié</p> <p>Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ? Assemblage, Logistique, Maintenance (techniciens)...</p>		<p>Sources de revenus</p> <p>Pour quelle proposition de valeur les consommateurs sont-ils prêts à payer ? Combien sont-ils prêts à payer ?</p> <p>Les 35 000€ seront amortis au bout de 9 passages du robot. Le coût moyen d'un nettoyage étant de 4 000€</p> <p>Quel est le mode de paiement préféré des consommateurs ? Virement bancaire ou chèque</p>		