

Le Business Model Canvas

Réalisé pour :

Réalisé par :

Date :

Version :

Partenaires Clés Qui sont nos partenaires clés ? Qui sont nos fournisseurs clés ? Quelles ressources obtenons-nous auprès de nos partenaires ? Quelles activités clés réalisent nos partenaires ? OBJECTIFS DU PARTENARIAT <i>Optimisation et Economie</i> <i>Réduction de risques et incertitudes</i> <i>Acquisition des ressources ou activités spécifiques</i>	Activités Clés Quelles activités clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Notre relation avec les clients ? Nos sources de revenus ? CATEGORIES <i>Production</i> <i>Résolution de problèmes</i> <i>Plateforme / Réseau</i> Ressources Clés Quelles ressources clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Notre relation avec les clients ? Nos sources de revenus ? TYPES DE RESSOURCES <i>Physiques</i> <i>Intellectuelles (marques, brevets, droits, données)</i> <i>Humaines</i> <i>Financières</i>	Propositions de Valeur Quelle valeur apportons-nous au client ? Quel problématique client aidons-nous à résoudre ? Quelles combinaisons de produits et de services proposons-nous à chaque segment de clients ? A quels besoins clients répondons-nous ? CARACTERISTIQUES <i>Nouveauté</i> <i>Performance</i> <i>Personnalisation</i> <i>"Mission à accomplir"</i> <i>Design</i> <i>Marque / Notoriété</i> <i>Prix</i> <i>Réduction de coûts</i> <i>Réduction de risques</i> <i>Accessibilité</i> <i>Confort / Utilité</i>	Relations avec les Clients Quelles relations chaque segment client souhaite-t-il que nous établissions et maintenions avec eux ? Lesquelles avons-nous établies ? Quel est leur coût ? Comment sont-elles intégrées dans notre modèle économique ? EXEMPLES <i>Assistance personnalisée dédié</i> <i>Assistance personnalisée libre-service</i> <i>Services automatisés</i> <i>Communautés</i> <i>Co-crétation</i> Canaux de Distribution Quels sont les canaux préférés de nos clients ? Quels canaux utilisons-nous actuellement ? Nos canaux sont-ils intégrés ? Quels canaux donnent les meilleurs résultats ? Lesquels sont les plus rentables ? Comment allons-nous les intégrer avec des routines de clients? PHASES <i>1. Sensibilisation</i> <i>Comment pouvons-nous mieux faire connaître notre offre ?</i> <i>2. Evaluation</i> <i>Comment aidons-nous le client à évaluer notre proposition de valeur ?</i> <i>3. Achat</i> <i>Comment permettons-nous aux clients d'acquérir nos produits et services ?</i> <i>4. Livraison</i> <i>Comment délivrons-nous notre proposition de valeur aux clients ?</i> <i>5. Service après-vente</i> <i>Comment fournissons-nous un service après-vente ?</i>	Segments de Clientèle Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos principaux clients ? <i>Marché de masse</i> <i>Marché de niche</i> <i>Marchés segmentés</i> <i>Marchés diversifiés</i> <i>Plates-formes multi-faces</i>			
Structure des Coûts Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modele économique ? Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses? VOTRE MODELE ECONOMIQUE EST-IL PLUTOT : <i>Axé sur les coûts (faible structure de coûts, tarifs bas, automatisation maximale, sous-traitance intensive) ?</i> <i>Axé sur la valeur (focalisé sur la création de valeur, proposition de valeur haut de gamme) ?</i> EXEMPLE DE CARACTERISTIQUES <i>Coûts fixes (salaires, locations, services publics)</i> <i>Coûts variables</i> <i>Economies d'échelle</i> <i>Economies de gamme</i>			Sources de Revenues Pour quelle valeur ajoutée nos clients sont-ils prêts à payer ? Pour quelle offre payent-ils actuellement ? Comment payent-ils ? Comment préféreraient-ils payer ? Quelle est la contribution de chaque flux de revenus à l'ensemble des revenus ? <table><tr><td>TYPES <i>Vente de biens</i> <i>Frais d'utilisation</i> <i>Abonnement</i> <i>Prêt / Location / Crédit-bail</i> <i>Frais de courtage</i> <i>Publicité</i></td><td>PRIX FIXES <i>Prix listés</i> <i>Dépendant des options du produit</i> <i>Dépendant du segment client</i> <i>Dépendant du volume</i></td><td>PRIX VARIABLES <i>Négociation (marchandage)</i> <i>Gestion de la rentabilité</i> <i>Marché temps réel</i></td></tr></table>		TYPES <i>Vente de biens</i> <i>Frais d'utilisation</i> <i>Abonnement</i> <i>Prêt / Location / Crédit-bail</i> <i>Frais de courtage</i> <i>Publicité</i>	PRIX FIXES <i>Prix listés</i> <i>Dépendant des options du produit</i> <i>Dépendant du segment client</i> <i>Dépendant du volume</i>	PRIX VARIABLES <i>Négociation (marchandage)</i> <i>Gestion de la rentabilité</i> <i>Marché temps réel</i>
TYPES <i>Vente de biens</i> <i>Frais d'utilisation</i> <i>Abonnement</i> <i>Prêt / Location / Crédit-bail</i> <i>Frais de courtage</i> <i>Publicité</i>	PRIX FIXES <i>Prix listés</i> <i>Dépendant des options du produit</i> <i>Dépendant du segment client</i> <i>Dépendant du volume</i>	PRIX VARIABLES <i>Négociation (marchandage)</i> <i>Gestion de la rentabilité</i> <i>Marché temps réel</i>					



DESIGNED BY: Business Model Foundry AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit:
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Traduction française par : DPHI France
<https://www.dphi.fr>

