

le modèle d'affaires

Qu'est-ce qu'un **MODÈLE D'AFFAIRES?**

C'est une façon de :

- synthétiser votre idée d'entreprise
- démontrer ce que vous offrez de différent
- préciser comment vous allez vous y prendre

À quoi peut servir **UN CANEVAS** lors du démarrage d'une entreprise ?

Un canevas offre une représentation visuelle des différentes composantes de votre idée d'entreprise.

Cet outil peut vous aider à :

- voir les relations entre les éléments de votre modèle
- identifier les hypothèses, les suppositions et les risques
- planifier et préciser votre modèle (marché, canaux de distribution, prix)
- trouver des façons d'ajouter de la valeur ou de réduire des coûts
- démontrer comment vous vous démarquez de la concurrence

**ENSEMBLE,
NOUS ALLONS FAIRE UNE
PREMIÈRE ÉBAUCHE
DE VOTRE
MODÈLE D'AFFAIRES.**



PARTENAIRES CLÉS

Quel est le réseau de fournisseurs et de partenaires grâce auquel votre modèle d'affaires fonctionne?

Certaines activités seront sous-traitées par des ressources extérieures à l'entreprise.

- Qui seront vos principaux partenaires?
- Qui seront vos principaux fournisseurs?
- Quels types de partenaires désirez-vous?
- Quelles sont les valeurs que vos partenaires devront préconiser?



ACTIVITÉS CLÉS

Le bloc des activités clés décrit les choses les plus importantes qu'une entreprise doit faire pour que son modèle économique fonctionne.

- Quelles activités clés votre proposition de valeur exige-t-elle?
- Quelles sont celles qui favorisent les relations avec la clientèle?
- Quelles sont celles qui appuient vos canaux de distribution?
- Quelles sont celles qui activent vos sources de revenus?



RESSOURCES CLÉS

Les ressources clés sont les principales ressources nécessaires pour livrer l'offre de valeur aux clients.

Il peut s'agir de ressources physiques, financières, intellectuelles ou humaines qui appartiennent à l'entreprise, qui sont louées par celle-ci ou qui sont obtenues auprès de partenaires clés.

- Quelles sont les ressources clés exigées par votre proposition de valeur?
- Quelles sont celles qui favorisent les relations avec la clientèle?
- Quelles sont celles qui appuient vos canaux de distribution?
- Quelles sont celles qui activeront vos sources de revenus?



PROPOSITION DE VALEUR

La proposition de valeur est ce qui amène les clients à choisir une entreprise plutôt qu'une autre.
Elle apporte une solution à un problème ou satisfait un besoin.

- Quelle valeur apportez-vous au client?
- Quel problème contribuez-vous à résoudre?
- À quels besoins répondez-vous?
- Quelles combinaisons de produits et de services proposez-vous à chaque segment de clientèle?



RELATION CLIENT

Types de relations mises en place et maintenues pour chaque segment de marché dans le but d'attirer des clients, de les fidéliser et de réaliser des ventes supplémentaires auprès d'eux.

- Quel type de relations les clients de chacun de vos segments de marché souhaitent-ils que vous entreteniez avec eux?
- Quel type de relations avez-vous établies?
- Quel est leur coût?
- Quelle place voulez-vous donner à la relation client dans la prise de décision?
- Que voulez-vous faire pour fidéliser votre clientèle?



CANAUX DE DIFFUSION

Votre proposition de valeur sera livrée aux clients grâce à la communication, à la distribution et à la vente, ce qu'on appelle « canal de distribution ».

- Quels canaux vos segments de clients préfèrent-ils?
- Quels canaux utilisez-vous actuellement?
- Vos canaux sont-ils intégrés?
- Lesquels sont les plus rentables?
- Comment les intégrez-vous aux routines des clients?



SEGMENT DE LA CLIENTÈLE

Les clients sont au cœur de tout modèle économique.

Afin de mieux satisfaire les clients, une entreprise peut regrouper en différents segments présentant des besoins, des comportements ou d'autres attributs communs.

- À qui s'adressent spécifiquement nos produits ou service?
- Où se trouve la plus forte concentration de notre clientèle?
- Devez-vous servir tous les clients?
- Que recherche-t-il?



STRUCTURE DES COÛTS

Il s'agit de décrire tous les coûts inhérents à votre modèle.
Créer et procurer de la valeur, entretenir des relations avec les clients
et générer des revenus, tout cela implique des coûts.

- Quels sont les coûts les plus importants inhérents à votre modèle d'affaires?
- Quelles sont les ressources principales les plus coûteuses?
- Quelles sont les activités principales les plus coûteuses?

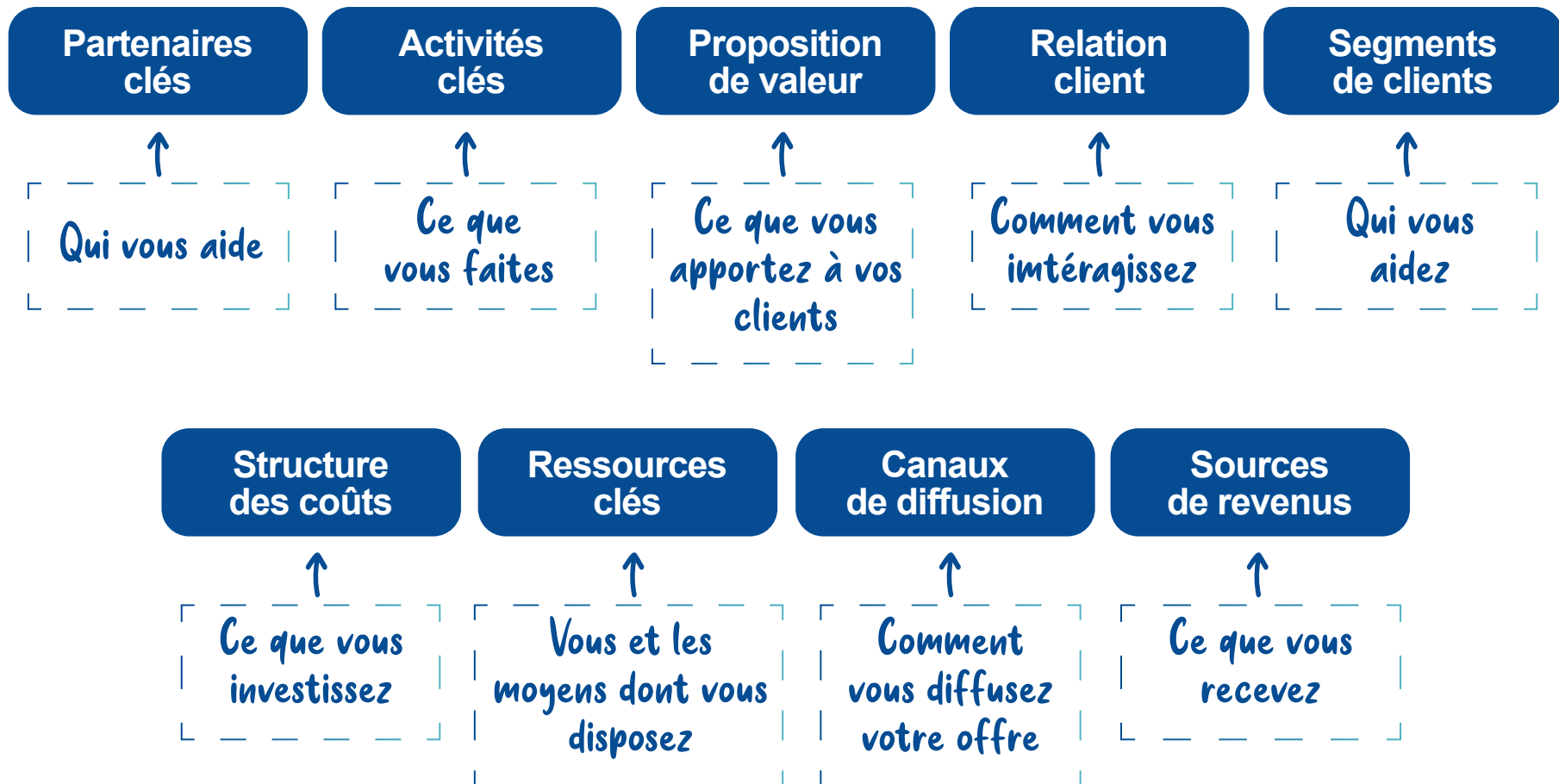


SOURCES DE REVENUS

Il s'agit d'obtenir des entrées d'argent à partir des propositions de valeur qui auront du succès auprès de votre clientèle (vente de biens, droits d'usage, abonnements, frais de location ou de prêt, frais de courtage, etc.).

- Pour quelles valeurs vos clients sont-ils disposés à payer?
- Pour quoi payent-ils actuellement?
- Comment payent-ils?
- Comment préfèrent-ils payer?
- Quelle est la contribution de chaque source de revenus au revenu global de l'entreprise?

CANEVAS DU MODÈLE D'AFFAIRES



BIBLIOGRAPHIE

D'après le livre *Business model nouvelle génération*
d'**Alexander Osterwalder** et **Yves Pigneur**.

