

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

1. Différence entre Business Model Canvas et Business Plan

Bonjour aujourd'hui, parlons des plans d'affaires et des différences avec le canevas de modèle d'entreprise car je vois qu'il y a un peu de confusion: le canevas du business model ne remplace pas le plan d'affaires.... c'est absolument faux et j'expliquerai pourquoi et comment cible.

Le canevas de modèle d'entreprise est un outil très efficace pour définir votre propre modèle de les affaires et donc c'est encore une chose que nous pouvons utiliser; c'est donc une ligne directrice bien fait, très détaillé, très efficace pour définir ma façon de faire des affaires, c'est le mon business model!

Alors, à quel type de clients je vais, quel type de valeur ajoutée je propose, comment je me tiens et tout ces informations

Il peut donc être très bien utilisé comme support de gestion d'entreprise ou pour le lancement d'une start-up et ne remplace absolument pas un business plan.

Nous expliquons pourquoi

Premier point : par exemple, le business plan est utilisé en interne pour définir tous les aspects y compris principalement les coûts, les revenus et les flux de trésorerie: c'est ce que fait et non le business plan le canevas du modèle commercial.

Une entreprise qui fonctionne, une entreprise existante ou une startup doit avoir majoritairement des idées claires autant que possible sur leurs revenus et flux de trésorerie, leurs coûts et leurs investissements: le plan d'affaires nous oblige à le faire; le canevas du business model ne nous oblige pas.

Autre point : dans la plupart des cas de business plans, ceux-ci ne sont presque jamais accompagnée d'un canevas de modèle économique, qui sert de données organisées pour proposer aux investisseurs, banques ou partenaires ou autres.

Par exemple, je travaille avec des fonds de capital-risque avec des investisseurs depuis 15 ans.... jamais je vu personne qui nous apporte une toile de modèle d'entreprise comme base de discussion!

Absolument jamais: ils nous apportent un argumentaire éclair et ensuite nous discutons juste d'un business plan mentionné.

Mais pourquoi créer une toile de modèle d'entreprise?

Premièrement: parce qu'il y a des normes, le business plan est donc un document standard.

Deuxièmement: parce que le business plan touche à tous les aspects que nous sommes obligés de prendre en compte considération et raisonnement sur tous les aspects, y compris de manière spécifique aussi les implications économique financière sur notre entreprise ou démarrage et conduisent ensuite à les décrire comme investisseur.

Ne confondons donc pas la préparation du business plan avec celle de l'entreprise modèle de toile.

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

2. Le pas de l'ascenseur

Qu'est-ce que le Elevator Pitch: la conception, la construction, la préparation de quoi nous appelons communément présentation aux investisseurs, car c'est un petit sujet connu et d'où vous pouvez vraiment apporter une grande valeur ajoutée.

La présentation aux investisseurs sera une présentation, par exemple créée avec Power Point ou avec une vidéo, qui met en avant l'idée, le projet, la mise en route et se réalise avec clarifications spécifiques: cela n'a rien à voir avec le business plan.

C'est une courte présentation qui peut être faite en moins de dix minutes et sert

clairement à la fois pour corrélér, connecter, le plan d'affaires à une présentation pour investisseurs, ce qui est substantiellement utile pour être efficace lorsque le temps presse et oui veut présenter leur projet avec une certaine certitude et autorité (c'est moi qui Je vous présente mon projet mais je ne laisserai pas l'idée se voler avec trop d'idées. Là Veux-tu?!? Alors deviens mon partenaire!).

Conseils pour préparer le pitch de l'élévateur

le point 1 fait essentiellement une présentation de courte durée, donc moins de 10 diapositives car alors souvent, sinon, vous risquez de ne pas pouvoir expliquer tous les arguments.

Les points à organiser sont:

un marché et une idée commerciale: par exemple je sors avec un nouveau casque pour téléphones portables aux fonctionnalités innovantes: comment je le représente.... Je présente d'abord le projet; donc: des écouteurs innovants pour téléphones portables et puis je dis tout de suite ce qu'ils sont les interprétations les plus attrayantes pour un investisseur potentiel.

Par exemple, je ne sais pas, le marché des casques mobiles augmente ou il n'existe pas un casque d'un certain type pour les téléphones mobiles puis

point 1: quel est le projet

point 2: pourquoi je présente ce projet, c'est-à-dire où est l'intérêt de ce projet ... Cela pourrait être:... l'absence de concurrents dans un segment de marché ou technologie innovante ou il n'existe pas de solution de ce type sur le marché. C'est le

point 2

étape 3 :

1 Je vais parler du produit ou du service et ensuite je vais vous expliquer ce qu'est mon service

2 Quels sont essentiellement les avantages de ce service et pourquoi les gens devraient acheter mon produit, mon service et comment je me positionne c'est-à-dire dans quel segment

Je me positionne.... C'est à dire: haut de gamme, milieu de gamme, bas de gamme ou c'est un nouveau segment

étape 4 : je dois expliquer le modèle économique.

Alors, comment m'organiser, comment structurer mon entreprise, par exemple, indiquer le les caractéristiques particulières de mon organisation qui est une entreprise qui produit du marketing,

il fait du marketing, il ne produit pas mais il ne fait que du marketing, c'est-à-dire quel est le modèle essentiellement sur l'organisation de mon entreprise

À ce stade, je dois expliquer et présenter l'équipe proposante.

Clairement si j'ai une équipe de proposition avec une expérience et des résultats importants. les

Je souligne; si j'ai une équipe plus faible, alors peut-être que les gars avec peu

expérience, clairement je vais mettre mes points clés sans insister

un bilan (le curriculum de mon entreprise et entreprise) pour une expérience qui n'est pas

J'ai.

Page 3

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

Donc, je répète que le pitch de l'élévateur est très important et si vous faites une présentation, faites-la courte et les sujets que vous devez couvrir sont:

- ✓ la présentation de votre entreprise,
- ✓ la présentation de votre projet d'entreprise réalisée de manière attractive, donc, car le début de la présentation est vraiment très important

Vous devez le rendre accrocheur et attirer l'attention, n'oubliez pas de le présenter mettant l'accent sur:

- ✓ pourquoi, c'est-à-dire où est l'espace commercial,
- ✓ où est l'idée,
- ✓ où est la valeur ajoutée de votre présentation
 - en fait nous avons donné l'exemple dans un marché en croissance, ou dans un produit manquant ou dans un segment de marché manquant
- ✓ Parlez de votre produit en mettant l'accent sur les fonctionnalités et ensuite pourquoi les gens devrait acheter votre produit et / ou service
- ✓ expliquer votre business model, donc l'organisation
- ✓ expliquer comment vous vous positionnez sur le marché
- ✓ expliquez votre modèle d'entreprise et l'équipe de proposition qui vous permet de pour pouvoir le mettre en œuvre.

De cette façon, vous aurez un pitch efficace, professionnel et essentiellement celui de l'élévateur touche tous les points fondamentaux.

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

3. Le Business Model Canvas: qu'est-ce que c'est et à quoi ça sert

Commençons par expliquer comment faire le Business Model Canvas.

Précédent Je voulais faire comprendre aux gens ce qu'est le canevas du business model et ce qu'il est différences par rapport à d'autres outils tels que les business plans, l'analyse stratégique

La chose que je vais juste dire est de se rappeler que c'est un outil supplémentaire qui cela nous permet de voir notre entreprise d'une manière différente et absolument efficace mais pas remplace les autres outils.

Pourquoi est-ce efficace? Parce que le canevas du modèle commercial nous permet essentiellement de voir de nombreux aspects de notre entreprise de manière claire et pratique

Voyons un instant comment ses 9 points sont structurés en lesquels il est divisé, tous liés entre eux leur:

Partenaire clé: c'est qui nous aide

Activité clé: ce que nous faisons

Ressources clés: quelles ressources nous utilisons

Valeur offerte: ce que nous offrons aux clients

Structure des coûts: ce que nous payons essentiellement

Relation avec les clients: comment nous interagissons avec les clients

Canaux et distribution: comment nous fournissons des produits et services

Segments de clientèle: qui sont nos clients

Revenus: comment nous gagnons

Alors qu'est-ce que c'est et quels sont les conseils: j'essaye d'être pratique et rapide

Partenaire clé

Concernant **les partenaires clés**, nous devons décrire les principaux fournisseurs et partenaires, par exemple par exemple des fournisseurs de matières premières plastiques, plutôt que des processus mécaniques externes

Essayons donc de les décrire afin d'avoir une catégorie de fournisseurs et de partenaires car de cette manière au moins nous pouvons comprendre notre métier de quelles catégories de besoins des fournisseurs et partenaires: si, par exemple, nous rédigeons des travaux externes la mécanique nous comprenons exactement de quoi nous parlons; nous n'avons pas à écrire de noms des entreprises ou des choses plus vagues. Nous devons maintenant simplement décrire les types de groupes classes, familles de fournisseurs et familles de partenaires disons indispensables et principal dans notre entreprise.

Activité clé

De la même manière, nous devons décrire les **macro-activités** importantes qui sont menées

pour fournir les produits et services à nos clients. Par exemple un certain type de traitement, ou un certain type de service ou une modification, une personnalisation. Il y a des entreprises qui modifier les produits existants

Alors, quelles sont les macro-activités qui sont menées pour fournir des produits.

Quelle est la logique du canevas du business model: il vous oblige à réfléchir à la valeur ajoutée principale; c'est-à-dire ce que nous donnons au client.... disons ce qu'ils sont, par exemple,

les principaux fournisseurs et partenaires pour fournir des produits aux clients; quelles sont les activités clés pour livrer des choses au client.... nous nous engageons donc à le compléter, en mettant les activités une plus grande valeur ajoutée, en laissant de côté les activités secondaires à titre d'exemple je ne sais pas: juridique, administration etc.

Page: 4

Page 5

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

Valeur offerte / Proposition de valeur ce que nous offrons aux clients: nous décrivons ici les produits et services que nous fournissons, c'est-à-dire ce que nous déclarons faire et ce que nous devons faire

Relation clients / Relation client

Comment nous construisons et entretenons des relations avec les clients, par exemple comment nous acquérons les clients par exemple via des leads du web plutôt que du réseau de vente... .. clairement l'autre

le fait est que les entreprises ont souvent différents types de clients ou différents types de par conséquent, pour chaque type de produit principal, nous devons comprendre qui sont les clients.

Si nous avons, par exemple, des laboratoires médicaux et des hôpitaux, des installations comme clients l'hôpital .. alors nous avons ces deux grands groupes de clients.

Ensuite, chaque groupe: laboratoire médical ou hôpital aura des caractéristiques différentes et ensuite ils auront différentes choses, différentes informations à écrire au niveau du business model Toile

Par exemple, comment nous construisons nous entretenons des relations avec les laboratoires médicaux peut-être privé et comment nous construisons et entretenons des relations avec les institutions publiques, le les établissements de santé publique par exemple.

Chaînes

Comment nous fournissons des produits et services à nos clients, quels sont les canaux de distribution.

Ici aussi, il peut s'agir par exemple de distributeurs, importateurs, partenaires commerciaux, agents, représentants, transitaires et ainsi de suite et même ici nous allons à

couvrir, disons de manière pas super détaillée, mais listant les principales familles

par exemple des distributeurs et des représentants ou des entrepreneurs en logistique par exemple.

Fondamentalement, nous devons décrire ici quels sont les principaux canaux pour donner et pour fournir des services ou des produits à nos clients

Flux de revenus / flux de revenus

Comment gagnons-nous de chacun des principaux groupes de clients que nous avons: c'est-à-dire si l'annonce

Par exemple, nous vendons des voitures et les louons en partie avec un bail ou un

les notations de crédit à long terme et les vendre partiellement à des clients privés, cela signifie que nous savons comment gagnons-nous?

Nous gagnons d'un revenu, un revenu, donc d'un mode de revenu lié à un

location, donc un certain type de contrat ou une manière de réaliser un profit total

différent qui convient à la vente de la voiture, qui peut être financée mais

cependant, c'est la société financière qui nous paie la voiture.

Donc aussi dans ce cas, il est nécessaire d'indiquer comment nous gagnons de chacun des nôtres principaux groupes de clients; il faut donc aller comprendre quels sont les groupes de clients ou principaux produits et donc quels sont les modèles de revenus que nous avons.

La structure des coûts

Quels sont les principales familles de coûts que nous engageons pour mener à bien nos activités entreprise, pour fournir nos produits et services. Souvenons-nous toujours - il faut le répéter plusieurs fois - pour relier toutes ces réponses, la structure du canevas du business model, à l'offre de produits et services aux clients, donc à la plus grande valeur que nous fournissons et libérons-nous des concepts de toutes les activités secondaires que nous venons de lister.

Page: 5

Page 6

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

4. Le Business Model Canvas: didacticiel étape par étape

bonjour tout le monde aujourd'hui parlons de business model

voyons les sujets

tout d'abord, nous avons une idée rapide de ce qu'est un modèle

cela nous aidera à comprendre comment nous allons construire un modèle commercial, puis nous entrons

tout de suite et nous plongeons dans le business model

voyons donc le canevas du modèle commercial et c'est le schéma qui nous aidera à

le construire et enfin nous avons une idée de la façon dont cet outil est utilisé

Il est toujours nécessaire d'avoir des exemples pratiques d'analyse d'autres modèles économiques pour comprendre comment mieux l'appliquer

À mon avis, comprendre le modèle d'entreprise est quelque chose d'important.

quand je l'ai appliqué pour la première fois, j'ai été vraiment impressionné par la valeur que cet outil pourrait m'offrir mais je n'ai pas toujours réussi à faire comprendre cette valeur

tous

Je pense que cela dépendait du fait qu'il n'est pas immédiat de le comprendre si vous ne l'avez pas d'abord une idée de ce qu'est un modèle

commençons par un exemple: le modèle de comportement

si j'ai choisi d'appliquer les cris au visage du client comme modèle

le résultat serait certain que les clients resteraient définitivement loin de moi

si mon modèle était: client plus moi qui crie, ce que vous obtiendrez comme résultat est sans aucun doute l'évasion du client!

un modèle n'est donc rien de plus qu'un système de description de la réalité

si je mets quelque chose dans mon modèle, je peux immédiatement commencer à imaginer ce qui en sortira.

par conséquent, le modèle d'entreprise est un système pour décrire notre système pour gagner de l'argent.

bien que ce design ici soit très joli et donne l'idée, malheureusement le modèle commercial

auquel nous nous référons, ce n'était pas cette jeune femme ici, mais ce monsieur ici.

ce monsieur au nom un peu compliqué vient de Suisse et puisque nous savons que

les Suisses sont des types précis, il a fait ce dessin ici

ça n'a pas le même effet qu'avant mais croyez-moi, notre ami alex savait quoi

Il était en train de faire

voyons si je peux être clair: il a compris ce que signifie une entreprise qui

transmet une valeur au client, mais en fait elle a compris que l'entreprise est aussi un modèle

et peut être décomposé en plus petites parties qui sont:

✓ les activités que l'entreprise exerce

✓ et les ressources dont dispose l'entreprise

cela nous emmène déjà à mi-chemin de notre voyage et nous pouvons déjà commencer à remplir le nôtre. Je dessine en mettant les choses à leur place.

nous aurons donc dans notre dessin, que nous appellerons désormais canvas, les activités clés qu'une entreprise exécute, les ressources clés dont dispose l'entreprise et deux autres éléments importants du modèle d'entreprise, à savoir:

- ✓ la valeur que l'entreprise génère
- ✓ et les segments de clientèle auxquels nous nous référons.

Attention, car la valeur offerte et les segments de clientèle sont deux points fondamentaux sur lesquels nous reviendrons souvent, car la force d'une entreprise qui fonctionne en ligne ou pas que cela dépend non plus de notre capacité à identifier notre cible et à leur proposer une juste valeur.

Cependant, en regardant notre modèle, nous voyons qu'il y a encore des éléments à insérer

Page: 6

Page 7

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

en fait, nous n'avons pas de box qui nous permette d'apporter de la valeur à notre client.

comme il est évident, lorsque nous voulons communiquer avec le client, nous utilisons des canaux de communication. La communication est avant tout la relation.

la relation est un canal fondamental car dans ce cas il s'agit d'un canal bidirectionnel:

permet à la fois de donner de la valeur au client mais aussi de recevoir des informations utiles de la part du client ce qui nous permettra d'améliorer la valeur offerte.

- ✓ puis la relation et nous la définirions comme un double canal de réflexion.

Mais comme nous l'avons dit, il existe également des canaux à sens unique tels que le convoyeur d'annonces exemple ou publicité sur les panneaux d'affichage qui communiqueront notre image: tous les canaux qui nous apportent de la valeur à nos clients mais sans nous retourner aucune information.

Je dirais que nous commençons à avoir une idée plus claire de ce à quoi ressemble notre toile, mais ils servent encore quelques éléments importants.

Nous complétons notre dessus de la toile, mettant également le monde extérieur et d'où nos partenaires

- ✓ Un partenaire

c'est clairement une ressource externe à laquelle nous nous référons pour créer notre propre valeur: ça peut être un blog qui parlera de nous, comme un graphiste qui créera le logo, ainsi qu'un fournisseur ou un service de messagerie, toute société externe du monde que nous devons utiliser pour créer notre valeur

En regardant le canevas du modèle commercial, nous pouvons voir qu'il est essentiellement divisé en deux parties: sur le côté droit, nous avons toutes les activités qui génèrent des revenus, tandis que sur le côté à gauche, nous avons tout ce qui génère des coûts.

puis nous porterons ces deux éléments en bas de notre diagramme.

le seul élément qui reste partagé entre les coûts et les revenus est en fait la valeur offerte car elle est à la fois un élément de coût et de revenu

beaucoup de mots devraient être consacrés à la valeur offerte car c'est ce qu'ils disent dans le jargon web la «proposition de valeur unique» qui se traduirait par la proposition de valeur unique, c'est-à-dire

cet élément qui caractérise fortement l'entreprise
 les exemples classiques sont "le Dash est le blanc qui ne peut pas être plus blanc" ou par exemple
 "RedBull donne des ailes"

sont tous les moyens choisis par les entreprises pour transmettre leur valeur unique en un mot

Il faut toujours revenir à la valeur, car c'est la centralité de BMC: pour l'instant
 nous complétons notre business model

Nous avons terminé notre toile et l'avons remplie de neuf éléments qui
 faire une entreprise.

1. clients,
2. la valeur proposée,
3. les principales activités,
4. ressources clés,
5. les partenaires,
6. la relation,
7. les canaux,

Page: 7

Page 8

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

8. coûts, éd
9. revenus.

cela nous donne une perspective complète d'un système d'entreprise

Je vous rappelle que le canevas peut s'appliquer à tout type d'entreprise: que vous soyez
 prévoyant de vendre des affiliations, des bannières publicitaires ou des produits physiques, ce sont les
 composants que votre entreprise aura toujours et sans aucun doute
 justifier.

En résumé, nous aurons:

les partenaires qui, avec les activités clés et les ressources clés, contribueront à générer le
 valeur offerte au client et sera également soumise à la génération de coûts

Lorsque la valeur offerte est créée, elle sera transmise au client à travers les canaux et
 relation qui, rappelons-le, contribuera en même temps à augmenter la valeur de la nôtre
 produit et grâce à ces activités, des revenus seront générés

Maintenant, il devient clair comment les différentes parties du modèle commercial sont liées
 selon **Alexander Osterwalder** et je dois dire que je suis entièrement d'accord avec le
 sa méthode d'analyse qui, à mon avis, correspond parfaitement aux différents types de
 Business en ligne.

Le modèle commercial peut également être utilisé pour étudier des parties individuelles d'activités, de produits
 ou toute une stratégie commerciale.

Cela fonctionne comme un instantané de l'entreprise à l'avenir et peut donc être produit davantage
 des modèles de croissance qui décriront pas à pas le chemin que prendra l'entreprise
 suivre au fil du temps.

Pour télécharger le canevas du modèle d'entreprise, rempli d'informations pour aider à le remplir,
 pour ceux qui souhaitent en savoir plus sur le sujet en anglais, vous trouverez le
 version originale à partir de laquelle la version italienne
www.businessmodelgeneration.com/canvas où, pour ceux qui souhaitent travailler
 équipe, vous trouverez également l'application pour ipad et une version pour la collaboration en ligne

dans la génération du modèle économique, avec des coûts.

Page: 8

Page 9

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

Nous compilons notre premier Business Model Canvas

Les questions auxquelles nous devons répondre

Partenaire clé qui nous aide. Ici, les principaux fournisseurs et partenaires doivent être décrits.

- ✓ Qui sont nos principaux partenaires?
- ✓ Qui sont nos principaux fournisseurs?
- ✓ Quelles ressources clés acquérons-nous des partenaires?
- ✓ Quelles activités clés les partenaires mènent-ils?

Motivation pour le partenariat

- Optimisation et économies
- Réduction des risques et des incertitudes
- Acquisition de ressources et d'activités particulières

Activités clés ce que nous faisons. Quelles sont les macro-activités les plus importantes qui viennent effectuée pour fournir les produits / services à nos clients?

- ✓ Quelles activités sont nécessaires à notre valeur
- ✓ De quelles activités nos canaux de distribution ont-ils besoin?
- ✓ Quelles activités sont nécessaires à la relation client?
- ✓ Quelles activités sont requises pour les revenus?

Les catégories d'activités

- Production
- Résolution de problème
- Plateforme / Réseau

Les ressources clés que nous utilisons. Quelles sont les principales ressources qui permettent notre société / cabinet pour fournir les produits / services à nos clients?

- ✓ Quelles ressources sont nécessaires pour notre valeur offerte?
- ✓ Quelles ressources sont nécessaires pour nos canaux de distribution?

- ✓ De quelles ressources a-t-on besoin pour la relation client?
- ✓ Quelles ressources sont nécessaires pour les revenus?

Les types de ressources

- La physique
- Intellectuels (marques, brevets, droits d'auteur, données)
- Humain
- Financier

Valeur offerte Que proposons-nous aux clients? Nous décrivons les produits et services qui Offrons-nous?

- ✓ Quel type de valeur fournissons-nous aux clients?
- ✓ Quel problème client aidons-nous à résoudre?
- ✓ Quel ensemble de produits et services proposons-nous aux clients?
- ✓ À quels besoins des clients répondons-nous?

Caractéristiques

- Annonces
- Performance
- Personnalisation
- "Résoudre"

Page: 9

Page 10

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

- Conception
- Symbole de marque / statut
- Prix
- Réduction des coûts
- Réduction de risque
- Accessibilité
- Confort / convivialité

Structure des coûts ce que nous payons essentiellement. Quelles sont les principales familles de coût que nous engageons pour mener à bien notre entreprise, pour fournir la nôtre Produits et services?

- ✓ Quels sont les coûts les plus importants de notre modèle commercial?
- ✓ Quelles sont les ressources clés les plus chères?
- ✓ Quelles sont les activités clés les plus chères?

Votre entreprise est plus:

- Axé sur les coûts
 - o une structure de coûts allégée,
 - o valeur offerte à faible coût,
 - o automatisation maximale,
 - o sous-traitance poussée
- Orienté vers la valeur
 - o axé sur la création de valeur,
 - o valeur premium offerte

Exemples de fonctionnalités:

- ✓ Coûts fixes
 - o Salaires,
 - o Locations,

- o Utilitaires
- ✓ Coûts variables
- ✓ Économies d'échelle
- ✓ Économies de gamme

Relation avec les clients comment nous interagissons avec les clients. Comment nous construisons et maintenons Relations avec les clients.

- ✓ Quel type de relation voulons-nous établir et maintenir, avec chacun des nôtres segments de clientèle?
- ✓ Quelles relations avons-nous établies?
- ✓ Comment sont-ils intégrés au reste de notre Business Model?
- ✓ Combien coûtent-ils?

Exemples

- ✓ Assistance personnelle
- ✓ Assistance personnelle dédiée
- ✓ Libre-service
- ✓ Systèmes automatiques
- ✓ Communauté
- ✓ Création en commun

Page: 10

Canevas de modèle d'entreprise

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

Canaux et distribution comment nous fournissons des produits et services. Comment, de quelle manière, avec quoi garanties de timing, avec quelle certitude d'intégrité du produit / service, nous fournissons i Produits et services clients?

- ✓ Par quels canaux nos clients souhaitent-ils être atteints?
- ✓ Comment les atteignons-nous?
- ✓ Comment nos canaux sont-ils intégrés?
- ✓ Lesquels fonctionnent le mieux?
- ✓ Quels sont les plus rentables?
- ✓ Comment les intégrons-nous aux habitudes des clients?

Les phases des canaux

1. Prise de conscience
Comment faire connaître les produits et services de notre entreprise?
2. Évaluation
Comment aidons-nous nos clients à évaluer la valeur offerte par les nôtres entreprise?
3. Achat
Comment les clients peuvent-ils acheter des produits et services spécifiques de notre entreprise?
4. Livraison
Comment délivrons-nous la valeur offerte aux clients?
5. Après-vente
Comment pouvons-nous fournir une assistance après-vente?

Les segments de clientèle qui sont nos clients. Quels groupes ou types de clients nous servons

- ✓ Pour qui créons-nous de la valeur?
 - ✓ Quels sont nos clients les plus importants?
- Donnons une brève description de chacun d'eux.

Exemples de marché

- Marché de masse
- Marché de niche
- Marché segmenté
- Plates-formes multi-faces

Revenus / revenus flux comment nous gagnons. Comment gagnons-nous de chacun des principaux groupes de clients que nous avons?

- ✓ Quelle valeur nos clients veulent-ils vraiment payer?
- ✓ Qu'est-ce qu'ils paient?
- ✓ Comment paient-ils?
- ✓ Comment préféreraient-ils payer?
- ✓ Dans quelle mesure chaque flux de revenus contribue-t-il aux revenus?

Types de flux et de revenus

- ✓ Types
 - o Vente de biens
 - o Coût d'utilisation
 - o Abonnement
 - o Loyer / Location / Leasing
 - o Intermédiation
 - o Publicité
- ✓ Prix fixe
 - o Prix catalogue

Page: 11

Page 12**Canevas de modèle d'entreprise**

Ce que vous devez savoir pour bien faire les choses et le présenter

- o Dépend des caractéristiques du produit
- o Dépend du segment de clientèle
- o Dépend du volume
- ✓ Prix dynamique
 - o Négociation (négociation)
 - o Tarification en temps réel
 - o Marché en temps réel

