



IAE MONTPELLIER
École Universitaire
de Management



Création d'Entreprises Innovantes

par l'IAE MONTPELLIER

Véronique BESSIERE

Eric STÉPHANY

Responsables du Master
Création d'Entreprises Innovantes
à l'IAE Montpellier

Le Business Model



2. LE BUSINESS MODEL

Business Model ou Modèle économique

- Thème central dans la stratégie de l'entreprise
- Permet de répondre à 2 questions fondamentales :
 - Quel est le **besoin** auquel le produit ou service répond ?
 - A quel **problème** le produit ou service apporte une solution ?



Ces 2 questions sont liées à la notion de **métier** sur lequel se fonde l'activité de l'entreprise :

**INTERFACE PRODUIT-MARCHÉ, COMPÉTENCES ET RESSOURCES MOBILISÉES PAR L'ENTREPRISE POUR CRÉER ET
CAPTER DE LA VALEUR**



Rôle central du BM dans les étapes de construction d'un processus entrepreneurial :



OUTIL DE VALIDATION : formaliser l'idée sur laquelle se fonde le projet de création



OUTIL DE FORMALISATION : mettre en avant les réponses aux 4 interrogations nécessaires à la mise en place d'un processus entrepreneurial



OUTIL D'EXPÉRIMENTATION ET D'ITÉRATION : tester les hypothèses de développement générées par la déclinaison opérationnelle de l'idée



OUTIL DE COMMUNICATION : fédérer les ressources et compétences nécessaires à la mise en œuvre du projet.



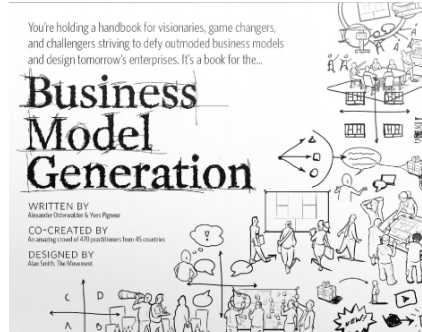
FORTE ÉVOLUTION DU BM DANS LES PREMIÈRES ÉTAPES DE LA CRÉATION.
LE MÉTIER DE LA FUTURE ENTREPRISE PEUT SE RÉSUMER EN 1 LIGNE !



2 dimensions à intégrer :

- son caractère plus ou moins **duplicable**
- sa **scalabilité** = capacité d'un projet à générer une croissance rapide, en encaissant le choc de cette accélération

**DIMENSIONS TRÈS IMPORTANTES POUR LA
COMPRÉHENSION DU PROCESSUS DE CRÉATION
DE VALEUR ET DE LA CAPACITÉ DE LA START-UP
À CAPTER CETTE VALEUR**



Différentes formes de présentation du Business Model existent,
dont l'approche **CANVAS**



DÉTAILLE EN 9 BLOCS LA MANIÈRE DONT LA START-UP CRÉE DE LA VALEUR POUR SES CLIENTS ET LA MONÉTISE :
OUTILS DE VALIDATION DES PRINCIPALES HYPOTHÈSES.

Objectifs de l'outil :

- Décrire et analyser les ressources et compétences mobilisées
- Générer des idées
- Identifier les interdépendances
- Concevoir des BM pertinents, finalisés, innovants et performants.



Business Model Canvas

LES 9 BLOCS DE CETTE MATRICE VISUELLE DÉCRIVENT 4 DIMENSIONS ESSENTIELLES À UNE ORGANISATION : **CLIENTS** POTENTIELS, **OFFRE** DE L'ENTREPRISE, **INFRASTRUCTURES** MOBILISÉES ET **VIABILITÉ FINANCIÈRE** DU PROJET.

PARTENAIRES CLÉS Différents scénarii de collaborations : alliance stratégique, joint-venture, sous-traitances, coopétition etc.	ACTIVITÉS CLÉS Tâches à mettre en place pour que le BM fonctionne RESSOURCES Physique, humaine, intellectuelle et financière	PROPOSITION DE VALEUR Réponse apportée par le projet entrepreneurial à une problématique ou à un besoin	RELATION CLIENT Acquisition, fidélisation, ventes supplémentaires ? CANAUX DE DISTRIBUTION Sites web, magasins, distributeurs etc.	SEGMENT DE CLIENTÈLE Segmenter le marché selon les besoins, les comportements, les moyens... Définir une stratégie
STRUCTURE DES COÛTS Lister les coûts liés à la réalisation du projet → Fonction des choix établis dans les étapes préalables		SOURCES DE REVENUS Quels leviers de création de revenus ? → Définir des flux potentiels compte tenu des scénarii retenus		



Réaliser un BM est une réelle dynamique d'apprentissage

- Moyen de validation d'une représentation réaliste de son idée
- Outil de communication évolutif et itératif
- Outil pédagogique qui montre le caractère complexe et multidimensionnel d'un projet de création d'entreprise