

Business Model Canevas

50% des innovations passent par un changement de business modèle

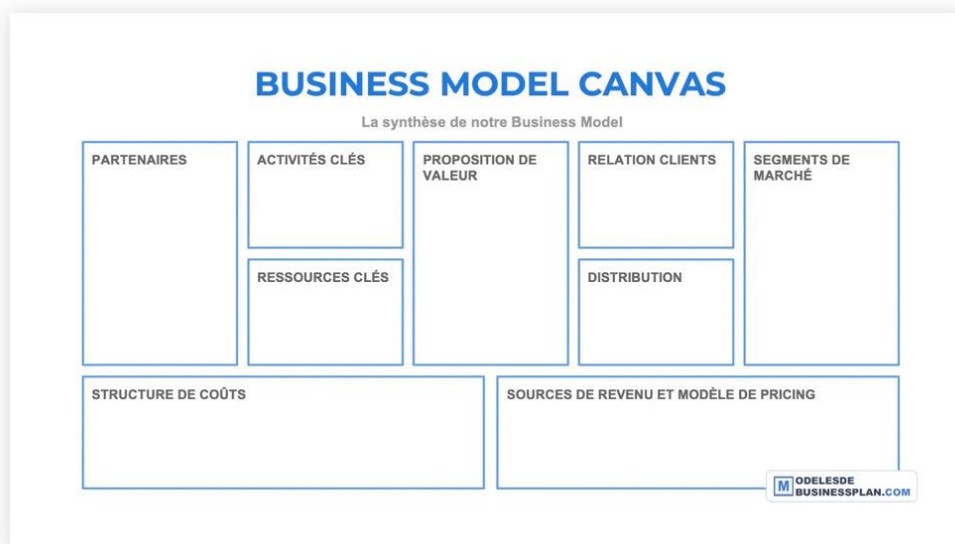
Définition

Le business model Canvas est un outil à utiliser sous la forme d'une démarche permettant d'analyser les différents aspects du modèle économique d'un projet en création ou d'une entreprise existante.

[15 exemples de Business Model Canvas rédigés \(.pdf\) \(modelesdebusinessplan.com\)](https://modelesdebusinessplan.com/15-exemples-de-Business-Model-Canvas-rédigés-(-pdf-)-modelesdebusinessplan.com/)

Le Business Model Canvas permet d'obtenir des informations sur les clients que vous servez, sur la proposition de valeur de votre entreprise, sur ses activités clés, sa stratégie de distribution ou encore sur la manière dont elle gagne de l'argent. Il permet de comprendre les contours de votre entreprise.

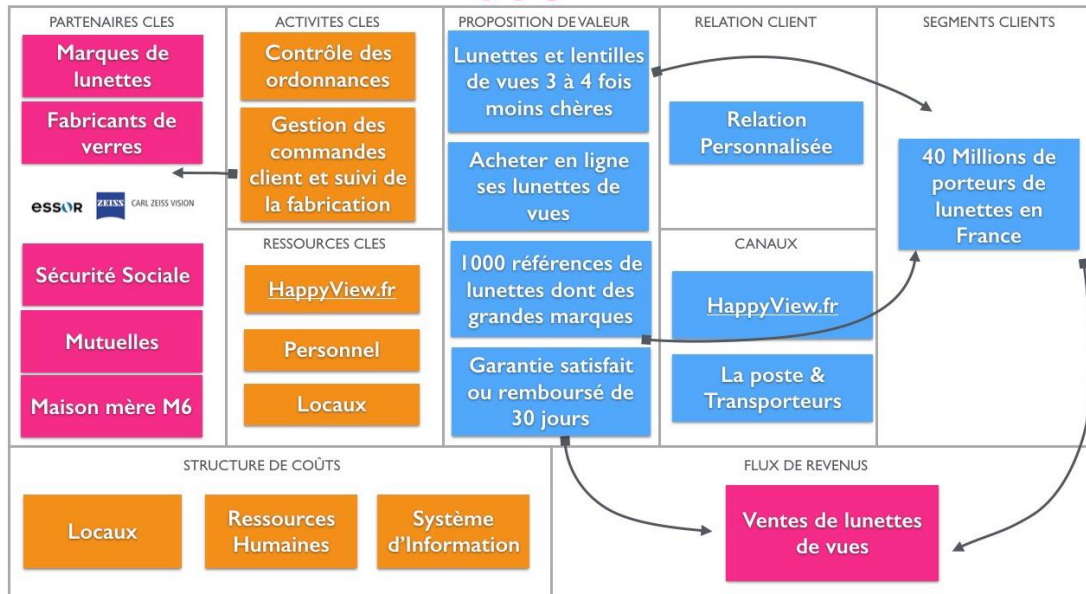
Le Business Model Canvas contient 9 parties qui sont essentielles pour organiser votre entreprise. Par exemple, réfléchir à la proposition de valeur de votre entreprise vous permettra de réfléchir à votre **ciblage marketing** et d'identifier des nouveaux produits et services que vous pourriez apporter à votre marché cible.



Un exemple de Business Model Canvas vierge

Exemples de BMC

HappyView



Business model canvas from www.businessmodelgeneration.com
Analyse du Business Model © Onopia www.onopia.com

exemple de BMC de HappyView

BUSINESS MODEL CANVAS



© 2021 - MODELESDEBUSINESSPLAN.COM

Un exemple de Business Model Canvas pour un restaurant

BUSINESS MODEL CANVAS



© 2021 - MODELESDEBUSINESSPLAN.COM

Un exemple de Business Model Canvas pour du e-commerce

A quoi correspondent les 9 éléments du business model canvas ?
[\[lecoindesentrepreneurs.fr\]](https://lecoindesentrepreneurs.fr)

Les segments clients

Les clients sont au cœur de votre projet de création d'entreprise. Vous devez déterminer précisément quelle est la clientèle que vous ciblez.

La proposition de valeur

Ici, il s'agit de présenter la valeur ajoutée que votre offre apporte aux clients. Quelle solution apportez-vous à un client pour satisfaire l'un de ses besoins (résoudre l'un de ses problèmes)? Pourquoi un client doit-il choisir votre offre plutôt que celle de vos concurrents ?

Voici les quatre principaux types de propositions de valeur : [Rédiger une proposition de valeur inspirante, modèle inclus \[2023\] • Asana](#)

1. Valeur de la tarification proposée : votre produit ou service est l'option la plus rentable.
2. La valeur singulière du produit : les caractéristiques qui rendent votre produit ou service unique.
3. La facilité d'utilisation ou la praticité pour le client : comment votre produit facilite la vie des clients.
4. Les résultats pour le client : comment votre produit ou service permettra à votre client d'obtenir les résultats attendus.

Voici des exemples de proposition de valeur pour un BMC :

1. "une application mobile gratuite pour vous aider à maigrir"
2. "une agence de location de voitures qui vous permet de payer en 5 fois"
3. "un décorateur d'intérieur qui vous accompagne de A à Z"
4. "une marketplace qui vous aide à trouver un déménageur près de chez vous"

Les activités clés

Cet élément correspond aux activités qui sont essentielles au fonctionnement de l'entreprise. Sans les exercer, votre entreprise ne peut pas fonctionner, par exemple :

- Pour un projet consistant en l'ouverture d'une boulangerie, il est nécessaire de fabriquer le pain. Sans la fabrication, il est impossible d'exercer l'activité.
- Pour un projet e-commerce, la véritable activité consiste à gérer un site web ou une application, ainsi que la logistique.

Les partenaires clés

Une entreprise a besoin de partenaires pour fonctionner, soit des fournisseurs, des partenaires financiers, des experts, des sous-traitants... Un bon réseau de partenaires peut constituer, à lui seul, un avantage concurrentiel. Par exemple :

- Pour un projet de boulangerie, les fournisseurs de matières premières sont des partenaires clés.
- Pour un projet e-commerce, les producteurs des produits vendus, les transporteurs, l'agence web chargée de la conception du site et l'hébergeur sont des partenaires clés.

Les ressources clés

Pour faire fonctionner votre activité, vous avez besoin de ressources. Ces ressources clés sont indispensables pour l'entreprise, elles doivent être identifiées. Par exemple :

- Pour un projet de boulangerie, le local, le matériel de fabrication (pétrin, chambre de fermentation, four...), l'espace de vente et les moyens humains sont des ressources clés.
- Pour un projet e-commerce, le site internet ou l'application, la base de données, le local de stockage, les moyens humains et les moyens financiers pour faire de la publicité sont des ressources clés.

Les canaux

Pour faire connaître votre offre et distribuer vos produits ou services, vous allez utiliser des canaux de **communication** et de **distribution**. Il s'agit d'expliquer comment vos clients vont entrer en contact avec votre offre.

Canaux de communication :

L'enjeu ici est de **faire connaître votre offre** auprès de votre cible et de **diffuser un message**.

1. **Publicité traditionnelle** : Utilisation de médias tels que la télévision, la radio, les journaux et les magazines pour diffuser des messages publicitaires.
2. **Publicité en ligne** : Utilisation de canaux en ligne tels que les annonces sur les moteurs de recherche, les bannières publicitaires, les publicités sur les réseaux sociaux, etc.
3. **Marketing par e-mail** : Envoi ciblé de messages promotionnels, de newsletters ou d'informations aux clients via des campagnes d'e-mails.
4. **Marketing de contenu** : Création et distribution de contenu pertinent et de qualité (blogs, articles, vidéos) pour attirer et engager les clients.
5. **Marketing des réseaux sociaux** : Utilisation de plateformes telles que Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn pour interagir avec les clients.
6. **Bouche-à-oreille** : Encourager la recommandation par le bouche-à-oreille positif en fournissant des expériences exceptionnelles aux clients.
7. **Foires et salons**: Utilisation des foires et salons en louant des emplacements dans des événements particuliers et ponctuels.

Canaux de distribution :

Les canaux de distribution regroupent les manières de vendre auprès des segments clients. Les canaux de distribution ont pour objectifs d'attirer les prospects, de les convertir en clients puis de les fidéliser. On peut distinguer deux types de canaux de distribution, les canaux directs et indirects, par exemple :

1. **Vente directe** : L'entreprise vend ses produits ou services directement aux clients sans intermédiaire. Cela peut se faire à travers des magasins physiques, des kiosques, des points de vente en ligne, etc.
2. **Vente en ligne** : Les entreprises exploitent des plateformes en ligne pour vendre leurs produits ou services. Cela peut inclure des sites web de commerce électronique, des applications mobiles, des places de marché en ligne, etc.
3. **Distribution indirecte** : Les produits ou services passent par des distributeurs, des grossistes ou des détaillants avant d'atteindre les clients finaux.
4. **Partenariats** : L'entreprise s'associe avec d'autres entreprises pour distribuer ses produits ou services. Cela peut inclure des accords de co-marketing, des alliances stratégiques, etc.

La relation client

Dans cette partie, il s'agit d'indiquer quelles sont les relations que vous allez établir avec vos clients, au-delà de la vente : *la fidélisation, leur intégration dans votre communauté...*

La « relation client » affecte, en effet, tous les domaines : de la capture de l'attention du futur client (bloc « canaux de communication ») au passage à l'acte (bloc « Canaux de distribution ») en passant par une habile mise en avant de votre offre (bloc « proposition de valeur »).

Les flux de revenus

Ce dernier élément recense tous les flux d'entrée d'argent générés par votre activité et précise leurs caractéristiques, pour chaque typologie de clients : les **prix**, le type de flux (ponctuel ou récurrent), **les modalités de paiement** (quand et par quels moyens ?).

La structure de coûts

Pour exercer votre activité, vous aurez des coûts. Il est nécessaire d'identifier quels seront les principaux coûts supportés par l'entreprise et quelles sont les activités les plus coûteuses.

Quelques cas pratiques

Exemples d'activités clés

Examinons quelques exemples d'activités clés :

1. *Un restaurant :*

- Préparer et cuisiner des plats de haute qualité.
- Gestion des stocks pour assurer l'approvisionnement en aliments, boissons et autres ingrédients.
- Le service pour s'assurer que les clients reçoivent leur commande correctement et en temps voulu.
- Marketing et promotion pour attirer des clients potentiels via les médias traditionnels ou les médias sociaux.

2. *Plateforme / réseau*

Les modèles économiques conçus avec une plateforme en tant que ressource clé sont dominés par des activités clés liées à la plateforme ou au réseau.

- I. Le business model d'eBay exige que la société développe et maintienne en permanence sa plateforme : le site web eBay.com.
- II. Le modèle économique de Visa® nécessite des activités liées à sa plateforme de transactions par carte de crédit Visa® pour les commerçants, les clients et les banques.
- III. Le modèle économique de Microsoft nécessite de gérer l'interface entre les logiciels des autres fournisseurs et sa plateforme de système d'exploitation Windows®. Les activités clés de cette catégorie concernent la gestion de la plateforme, la fourniture de services et la promotion de la plateforme.

Des exemples de proposition de valeur dans un Business Model Canvas

systemproject.fr

1. Uber, fidèle à ses méthodes de startup, teste régulièrement de nouvelles propositions de valeur.
Pour ses chauffeurs, le discours reste orienté sur le rêve entrepreneurial : « Devenez votre propre patron », « Maîtrisez votre emploi du temps », « Générez des revenus complémentaires ».
La proposition de valeur du moment « Des opportunités où que vous soyez » avec comme catchphrase : « Rentabilisez au mieux votre temps sur la route grâce à la plateforme bénéficiant du plus grand réseau de passagers actifs. ».
2. *Exemple avec un service (Deliveroo)*
Notre **service de livraison de plats** aident **les cadres** qui veulent **gagner du temps** en **leur évitant de quitter le bureau le midi** et **en leur permettant de manger la nourriture de leur restaurant préféré**. Contrairement à **un restaurant conventionnel** ou **un service de livraison de fastfood**.

Exemple Plateforme de formation en ligne : éléments du BMC

- **Proposition de valeur** : Large catalogue de cours de qualité, accessibles à un tarif abordable.
- **Segments de clientèle** : Étudiants, professionnels, particuliers en quête de formation ou de reconversion.
- **Canaux de distribution** : Site web, application mobile, réseaux sociaux.
- **Relation client** : Support en ligne, forum de discussion, assistance technique.
- **Sources de revenus** : Abonnements mensuels, vente de cours à l'unité, publicités.
- **Ressources clés** : Plateforme en ligne, catalogue de cours, formateurs.
- **Activités clés** : Création et mise à jour des cours, marketing, gestion de la plateforme, service client.
- **Partenariats clés** : Formateurs, établissements d'enseignement, entreprises.
- **Structure de coûts** : Développement et maintenance de la plateforme, rémunération des formateurs, marketing, salaires.