**Développer un modèle d’affaire innovant IBM**

Étape 2 et 3

Construire : Coûts et revenus

Tester : Validation du IBM

2024

# **Étape 2 :** **Construire**

Dans cette étape, nous allons concevoir notre projet à l'aide du Canevas d'affaires, qui permet de créer la proposition de valeur avec les clients et les parties prenantes, de la rendre aussi innovante que possible grâce à la conception des activités qui en résultent, et d'élaborer le modèle d'affaires innovant qui englobe l'ensemble

### **13 - Structure des coûts**

***Brainstorming*** : passez en revue les activités et les ressources identifiées précédemment. Ensuite, dressez la liste des coûts d'investissement nécessaires au démarrage de votre entreprise (par exemple, achat de produits, de bureaux ou d'usines, formation et éducation, etc.) et indiquez les coûts les plus importants inhérents à votre modèle d'entreprise (différenciez les coûts fixes et les coûts variables).

Prix : essayez de donner une estimation des coûts pour chacun des éléments

Transformer : il est important de réduire les coûts fixes autant que possible. Réfléchissez à une stratégie possible pour y parvenir.

Résumer : donnez le total des coûts fixes et variables.

Récapitulation : repérez les éléments qui nécessitent une attention particulière ou plus approfondie.

Haut du formulaire

***Investment***

1. ***Coûts d’investissement initiaux :***
   * ***Développement logiciel :***
     + Coût de la main-d'œuvre pour les développeurs et ingénieurs IA.
     + Achat de licences pour les outils et Framework (logiciels de développement, bibliothèques d'IA).
   * ***Infrastructure :***
     + Serveurs pour héberger l'application (hébergement cloud, serveurs dédiés).
     + Coût de la sécurité et de la conformité des données.
   * ***Bureau et matériel :***
     + Location de bureaux
     + Achat de matériel informatique.
     + Ordinateur puissant pour IA.
   * ***Marketing et promotion :***
     + Coût de la campagne de lancement.
     + Création de matériel promotionnel (brochures, site web).
2. ***Coûts fixes :***
   * Salaires du personnel (développeurs, personnel de support technique).
   * Location du bureau.
   * Abonnements à des services (logiciels, outils en ligne).
3. ***Coûts variables :***
   * Coût des licences supplémentaires.
   * Coûts liés aux mises à jour et aux évolutions logicielles.
   * Coûts de marketing variables (publicité, événements).
   * Location de voiture.

***Estimation des Coûts***

Voici une estimation des coûts pour chaque élément :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Élément | Type de Coût | Coût Estimé (en DA) |
| Développement logiciel | Fixe | 8,000,000 |
| Abonnements à des services annuel | Fixe | 70,000 |
| Location de bureaux | Fixe | 1,200,000 |
| Matériel informatique | Fixe | 1,100,000 |
| Licences supplémentaires | Variable | 630,000 |
| Marketing et promotion | Variable | 150,000 |
| Total |  | 11,150,000 |

***Transformer: Réduction des Coûts Fixes***

Pour réduire les coûts fixes, voici quelques stratégies à envisager :

* Encourager le télétravail pour réduire les coûts de location de bureaux.
* On utilise des services cloud pour minimiser les coûts d'ordinateur puissant.
* Envisager de sous-traiter certaines activités (comme le marketing) à des entreprises spécialisées pour réduire les coûts salariaux.
* Adopter des solutions logicielles open source pour éviter des coûts de licences élevés.

***Récapitulatif des Coûts Fixes et Variables***

* Coûts Fixes Totaux: 10,370,000 DA
* Coûts Variables Estimés: 780,000
* Total des Coûts (Fixes + Variables) : 11,150,000 DA

***Récapitulation***

Les éléments nécessitant une attention particulière :

* Développement logiciel : S'assurer que les coûts de développement ne dépassent pas le budget.
* Infrastructure : Évaluer les options de cloud pour une flexibilité et une scalabilité optimales.
* Marketing : Prendre en compte le retour sur investissement (ROI) des campagnes de marketing pour ajuster les budgets futurs.

### **14 - Flux de revenus**

#### **Brainstorming**

Pour établir les flux de revenus de SmartScan, nous revenons à la proposition de valeur et dressons une liste des produits et services que nous allons fournir. Les principaux produits et services incluent :

1. **Logiciel SmartScan** : Système de reporting radiologique alimenté par l'IA.
2. **Service de maintenance** : Assistance et mises à jour pour les utilisateurs de SmartScan.
3. **Formations et ateliers** : Sessions de formation pour le personnel des cliniques et hôpitaux.

#### **Modèles de Revenus et Tarification**

Voici les modèles de revenus associés à chaque offre, avec une estimation des prix en euros :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Offre** | **Modèle de Revenus** | **Prix (en DA)** | **Caractéristiques** |
| **Logiciel SmartScan** | Frais de la mise à jour annuel forfaitaire | 200,000 | - Revenus récurrents.  - Mises à jour régulières des fonctionnalités.  - Accès au logiciel.  - Support client disponible. |
| **Service de maintenance** | Paiement par unité | 50,000 | - Facturation par intervention.  - Assistance technique. |
| **Formations et ateliers** | Paiement par session | 60,000 | - Formation sur l'utilisation de SmartScan.  - Ateliers pratiques. |

#### **Autres Moyens d'Augmenter les Revenus**

En plus des flux de revenus principaux, voici quelques stratégies pour augmenter les revenus :

* **Freemium** : Proposer une version limitée de SmartScan gratuitement pour attirer de nouveaux utilisateurs, avec des fonctionnalités premium payantes.
* **Licences pour hôpitaux** : Offrir des tarifs réduits pour des contrats à long terme ou des licences pour des groupes d'hôpitaux.
* **Partenariats avec des distributeurs** : Établir des collaborations avec des entreprises de technologie médicale pour élargir le réseau de vente et générer des commissions.

#### **Description des Flux de Revenus**

Pour chaque flux de revenus, les caractéristiques les plus importantes sont :

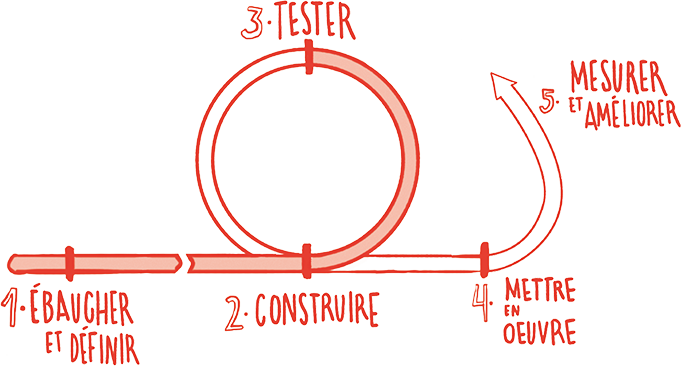
1. ***Logiciel SmartScan*** *:*
   * **Importance** : Source principale de revenus récurrents.
   * **Clientèle** : Hôpitaux, cliniques, et centres de radiologie.
   * **Canal** : Vente directe et en ligne.
2. ***Service de maintenance*** *:*
   * **Importance** : Revenus supplémentaires liés aux interventions de maintenance.
   * **Clientèle** : Utilisateurs de SmartScan ayant besoin de support technique.
   * **Canal** : Contrats individuels ou services à la demande.
3. ***Formations et ateliers*** *:*
   * **Importance** : Génération de revenus supplémentaires tout en formant les utilisateurs.
   * **Clientèle** : Personnel médical et techniciens de radiologie, Hôpitaux, cliniques, et centres de radiologie.
   * **Canal** : Sessions en présentiel ou en ligne.

***Canevas du projet :***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | |
|  | | | | |
|  | | | | |
|  | | | | |
|  | | | | |
|  | | | | |
|  | | | | |
|  | | | | |
|  | | | | |
|  | | | | |
|  | | | | |
| *Nom et Prénom : Mehdi Salah BAZEMLAL*  *Nouba Elhachemi OTMANI* | | | *Entreprise :SMARTSCAN* | | | | |
| ***Mission*:** Nous améliorons continuellement la précision, s'adaptons aux nouvelles modalités d'imagerie et nous s'intégrons aux flux de travail hospitaliers, notre solution accélère la recherche médicale et optimise la prise en charge des patients. | | ***Vision* :** Notre vision est de conquérir le marché mondial en développant un logiciel d’analyse d’images médicales capable d’atteindre une précision de 100% pour l’ensemble du corps humain, réduisant ainsi considérablement les taux d’erreur. | | | | ***Ob*jectives :** Vendre 650 licences de Smart Scan à des hôpitaux de taille moyenne d'ici 2027.   * Atteindre une précision de 100% et réduire le taux d’erreur. * Développer notre logiciel pour analyser tout le corps humain | |
| *Business Canvas* | | | | | | | |
| *Key stakeholders*  -Les fabricants des dispositifs médicaux :  **1- SOCIMED**  **2- PHILIPS**  **3- SIEMENS**  **4- FUJIFILM**  -Professeur de radiologie  -Société algérienne de radiologie et d’imagerie médical SARIM  -Les observatoires Régionaux de la Santé (ORS)(INSP) 6.  -DSP (direction de la santé publique)  -Les facultés de médecine.  -Les laboratoires de recherche  -Les centres de diagnostics. | *Key activities & ressources*   * Le capital humain * Le capital physique * Le capital intellectuel et numérique * Service de développement et maintenance * Support technique et formation | *Value proposition*   * Gagne du temps.      * Amélioration de la précision des diagnostics. * L’analyse de tout le corps humain. * La crédibilité des résultats. | | *Customer Relationship & channels*   * Les réunions. * Évènements et conférences. * Réseaux sociaux, LinkedIn * Assistance personnelle. * Support technique personnalisé. * Ventes directes. * Distribution numérique * Marketing et sensibilisation | | | *Customer* *segments*   * Les hôpitaux publics * Les cliniques médicales, * Hôpitaux privés * CHU * Centres de diagnostics * Les fabricants des dispositifs médicaux. |
| *Cost structure* *Coûts d’investissement initiaux*  * **Développement logiciel** : 8,000,000 DA * **Abonnement a des services infrastructure** : 70,000 DA * **Bureau et matériel** : 1,100,000 DA * **Marketing et promotion** : 150,000 DA * **Le bureau** : 1,200,000 DA  *Coûts fixes*  * **Salaires du personnel (développeurs, support technique, manageur)** : 240,000 DA * **Abonnements à des services** **avec coûts de maintenance des serveurs et infrastructure** : 80,000 DA  *Coûts variables*  * **Mises à jour et évolutions logicielles** : 400,000 DA * **Coûts de marketing variables (publicité, événements)** : 150,000 DA * **Licences supplémentaires :** 630 ,000 DA | | | *Revenue streams*   |  | | --- | |  | | * **Logiciel SmartScan** : 200,000 DA * **Service de maintenance** : 50,000 DA * **Formations et ateliers** : 60,000 DA | | | | | |

# **Étape 3 :** **Tester**

* Vous avez un prototype de modèle d’affaire, félicitations ! Mais, savez–vous si cela satisfait les attentes de vos clients ? Votre client acceptera–t–il de payer le prix fixé ? Ce sont des incertitudes habituelles lors d’un lancement sur le marché.
* En tant que moyen d’amélioration de votre prototype de modèle d’affaire, vous devrez rencontrer vos clients et parties prenantes, afin de collecter des informations, qualitatives et quantitatives.
* On repart ! Observez, discutez et renseignez-vous !



### **15 - Préparez le test !**

* Vous devrez identifier les hypothèses à valider (par exemple la capacité à payer, l’intérêt pour votre produit, la livraison de votre produit/service, l’acceptation de vos produits, etc.). Ensuite, formulez les questions que vous devrez poser pour valider les hypothèses.
* Puis, décrivez comment vous allez tester vos hypothèses : où, comment et avec qui ? Sur un congrès professionnel, sur site, auprès d’un groupe de clients (early adopters) ?

|  |  |
| --- | --- |
| ***Hypothèses*** | ***Questions*** |
| Les clients sont prêts à payer le prix fixé | Seriez-vous prêt à payer 3.600.000€ par an pour un abonnement à Smart scan ? |
| Le produit répond aux besoins des clients. | Quelles fonctionnalités manquent-elles à notre solution actuelle ? |
| L'interface utilisateur est intuitive | Pouvez-vous me décrire les étapes que vous avez suivies pour réaliser le compte rendu ? |

### 

### **15a - Préparez le test !**

Comment pensez-vous tester les hypothèses ?

* Observation des utilisateurs en train d'utiliser mon produit pour identifier les points de friction et les améliorations possibles.
* Sondages en ligne
* Groupes de discussion
* Où allez-vous tester votre prototype ?
* les établissements de la santé.
* chez les radiologues.
* Réseaux sociaux.  
  - Qui seront vos early adopters ? (nom, nombre)
* les centres de diagnostic. 369
* CHU 16
* les hôpitaux 297
* - Comment allez-vous recueillir leur avis ?
* Utilisez des outils comme Google Forms pour créer des questionnaires personnalisés et recueillir des données quantitatives et qualitatives.
* Créer une plateforme de logiciel pour recevoir les messages des clients.
* Par email.

### **15b - Mener le test et obtenir les résultats**

Sortez, observez et échangez avec vos premiers clients, vos parties prenantes et d’autres personnes impliquées dans votre projet. Obtenez autant d’information que possible sur le niveau de satisfaction de vos clients pour votre produit/service : son prix, sa qualité, les émotions qu’il suscite, les problèmes rencontrés… En résumé, si votre produit répond ou non aux attentes de vos clients !

N’oubliez pas de reporter ces conclusions sur les cartes concernées : Utilisez la carte d’exploration pour résumer toute l’information que vous aurez obtenue à la suite de vos observations et de vos entretiens. Vous pourriez y indiquer des informations sur le participant, des notes diverses et le résumé de vos apprentissages.

**Cartes d’explorations :**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Type :** Interview/  Observation/ Questionnaire en ligne … | **Description des participants :** | **Qu'a dit ou fait le participant qui vous a surpris ?** | **A quoi est-il le plus sensible ?** | **Quels sont les principaux sujets ou enseignements qui sont ressortis ?** | **Quels sont les questions et sujets nouveaux à explorer lors des prochaines interventions ?** |
| 01 |  |  |  |  |  |  |
| 02 |  |  |  |  |  |  |
| 03 |  |  |  |  |  |  |
| 04 |  |  |  |  |  |  |
| 05 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

### **15c - Customer Satisfaction**

Utilisez la carte de satisfaction pour recueillir des informations spécifiques sur la satisfaction de vos clients. Utilisez-la pour quantifier leur niveau de satisfaction (de 1 - le plus bas à 5 - le plus élevé), à l'égard de votre produit/service par rapport à un ensemble d'aspects qui peuvent influencer leur perception. Inscrivez leurs commentaires sur le côté droit.

Enfin, une fois que vous avez acquis suffisamment de compréhension, retournez à votre canevas et peaufinez-le ! Pour ce faire, vous pouvez corriger votre toile précédente ou en écrire une nouvelle.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Critère** | **Evaluation**  **Entre 1 et 5** | **Commentaire** |
| Moyens pour l'acheter |  |  |
| La qualité |  |  |
| Service de maintenance |  |  |
| Service de livraison |  |  |
| Expérience globale |  |  |
| Le prix |  |  |
| **….** |  |  |

Haut du formulaire

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |