

DN MADE PHASE 3

Le business Model

Intervenante Design: Anaïs FELIHO

BUSINESS MODEL

- ❖ Définit comment votre entreprise va **gagner de l'argent**
- ❖ Définit la manière dont l'entreprise va **réussir auprès de sa cible**
- ❖ Décrit la manière dont une entreprise **crée de la valeur** et assure ainsi sa propre pérennité.










Objectif: Convaincre les investisseurs de la viabilité et de l'intérêt de votre projet.

Met en lumière tous les moyens à mettre en œuvre pour réaliser votre projet (matériel, humain, financier...)

BUSINESS MODEL CANVAS

A quelles questions doit répondre le business model ?

- ✓ Que vend-on ?
- ✓ A qui ?
- ✓ Quelles sont les forces de ce projet par rapport aux concurrents ?
- ✓ Comment générer des revenus et une marge ?
- ✓ Avec quel modèle marketing ? (offre, prix, distribution, tarification, communication)
- ✓ Quels sont les leviers de croissance ?
- ✓ Ce modèle économique est-il viable dans le temps ?

<p>Partenaires clés </p> <p>Quels sont les partenaires dont vous avez le plus besoin ?</p> <p>Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> • fournisseurs, • sous-traitants, • organisations professionnelles, • prescripteurs, ? Etc. 	<p>Activités clés </p> <p>Que devez-vous faire pour produire votre produit/service ?</p> <p>Avez-vous une activité de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • conception, • achat/revente, • production, • gestion logistique, • intermédiation commerciale ? Etc. 	<p>Offre </p> <p>Quel produit/service proposez-vous ? A quel besoin/problème répond-il ? Quel est son avantage par rapport aux autres ?</p> <p>Votre offre est-elle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • nouvelle, • moins cher, • personnalisable, • plus accessible, • plus performante ? Etc. 	<p>Relation client </p> <p>Quelle relation spécifique allez-vous mettre en place avec vos clients pour les attirer, les fidéliser et les inciter à acheter ?</p> <p>Allez-vous proposer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • une assistance personnelle, • un service d'échange, • un programme de fidélité ? Etc. 	<p>Clients </p> <p>Qui sont vos clients ? Combien sont-ils ? Y'a-t-il différents segments de clientèle ?</p> <p>Quelles sont leurs caractéristiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • entreprises, particuliers, etc. • local/international, • niveau de revenus, • habitudes de consommation ? Etc.
<p>Ressources clés </p> <p>Quelles sont les ressources dont vous avez besoin ?</p> <p>Avez-vous besoin de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • salariés, • savoir-faire, • fonds de commerce, • local, • licences, brevets, • matériels ? Etc. 		<p>Canaux </p> <p>Quels modes de distribution et de communication allez-vous utiliser pour valoriser votre offre, la distribuer et en assurer le SAV ?</p> <p>Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> • flyer, • site internet, • boutique, • agents commerciaux, • vente directe, • conseiller clientèle/SAV ? Etc. 		
<p>Coûts </p> <p>Quelles sont les principales charges de votre activité ? Quelles sont les charges fixes et les charges variables ?</p> <p>Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> • marchandises, • loyer, • salaires, • sous-traitance ? Etc. 		<p>Revenus </p> <p>Comment vos clients vont-ils payer pour acquérir votre produit/service ?</p> <p>Doivent-ils payer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • un prix fixe, variable, • une location, • un abonnement, • un forfait ? Etc. 		







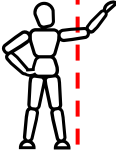



BUSINESS MODEL LEAN

La méthode Lean Startup consiste à concevoir son produit / service en s'approchant au plus près de ce qu'attendent les consommateurs

Lean Startup Canvas : le modèle proposé par Ash Maurya

Permet de répondre à ces questions:

- ☐ **QUOI** : Quel problème tentez-vous de résoudre ?
- ☐ **QUI** : Qui rencontre ce problème ?
- ☐ **COMMENT** : comment résoudre le problème ? Quel est le marché ? Comment atteindre le client ? Comment gérer la demande ? Comment générer du revenu ?

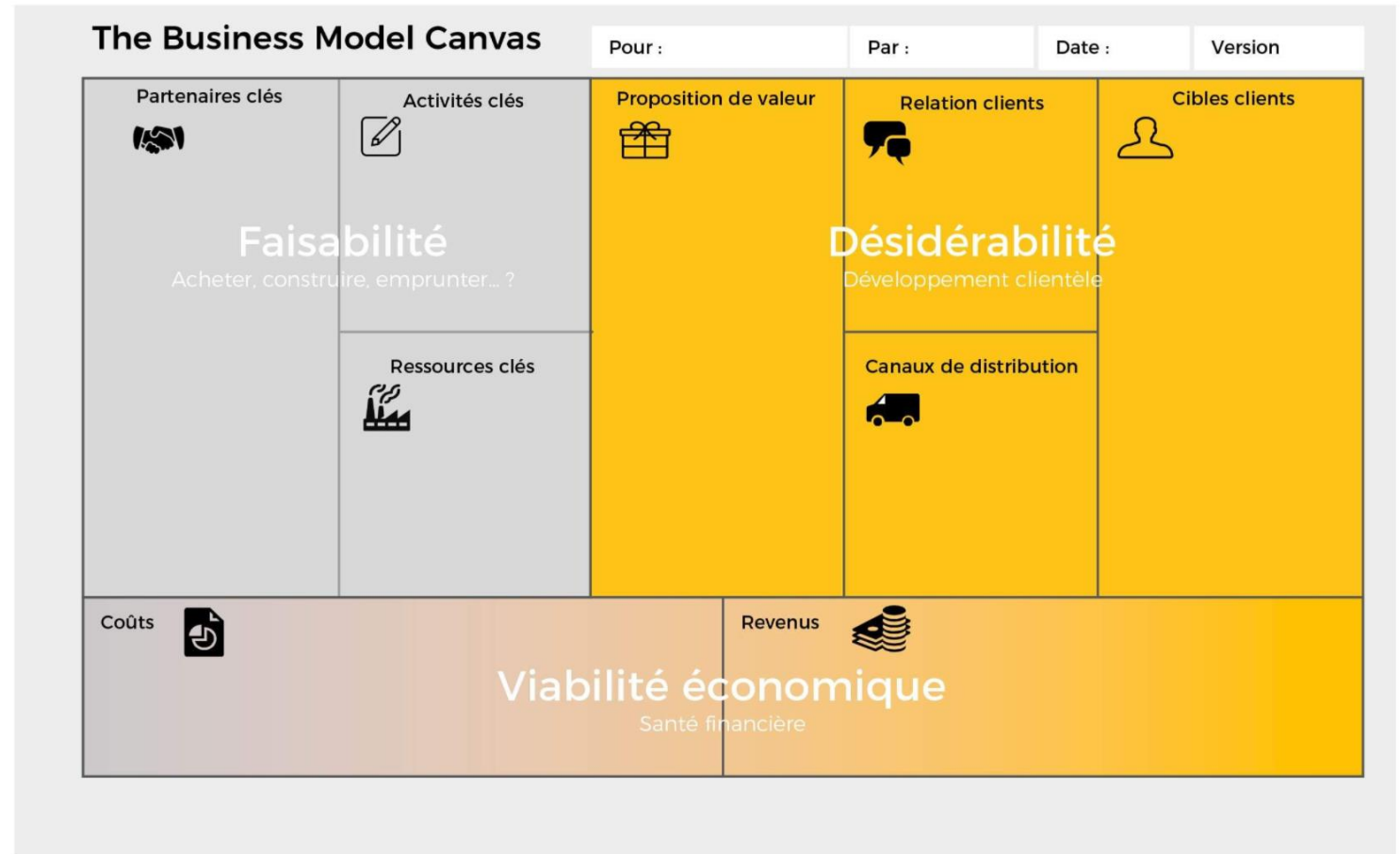
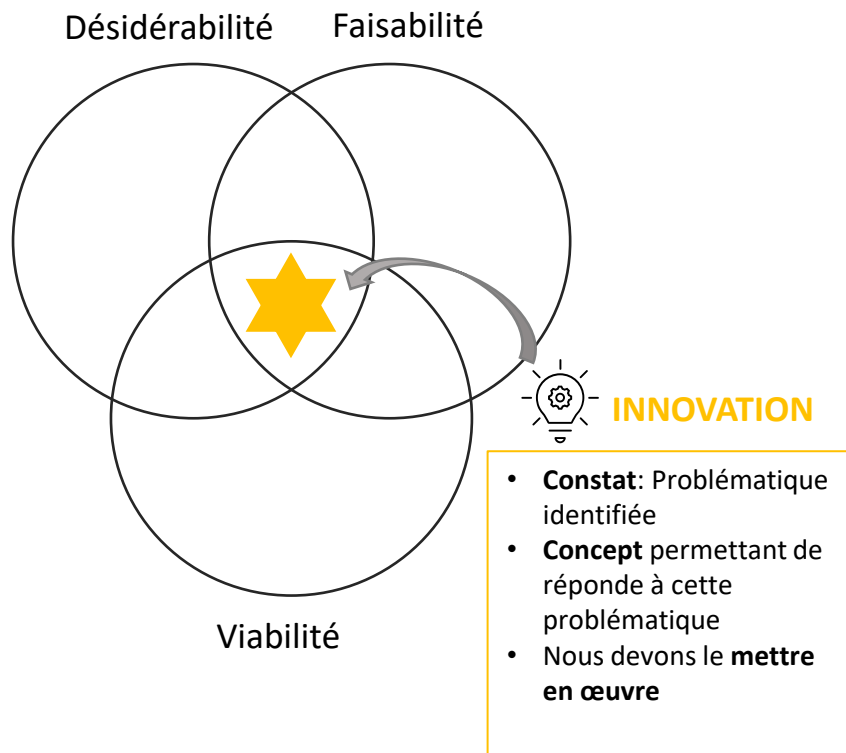
Problème Quels sont les 3 principaux problèmes que vous souhaitez résoudre? 	Solution  Quelles sont les 3 principales solutions apportées par votre offre pour répondre aux problèmes ou aux besoins de vos clients?	Proposition de valeur unique En quoi votre offre répond-elle efficacement aux besoins du marché? En quoi est-elle différente et meilleure que les autres?	Avantage compétitif  En quoi avez-vous une longueur d'avance sur la concurrence? Comment vous protégez-vous d'elle?	Segments de clientèle Qui sont vos clients? Peuvent-ils être segmentés? 
Alternatives existantes  Comment ces problèmes sont-ils actuellement résolus?	Indicateurs de performance Quels indicateurs clés devez-vous surveiller en priorité pour vérifier la vigueur de votre activité? 	 Votre « Pitch » Quel est le minimal « Pitch » de votre activité? Décrivez-la en un slogan!	Canaux Par quels canaux de communication et de distribution touchez-vous vos clients? Quels sont les temps forts de la relation client? 	Utilisateurs pionniers  Qui sont vos early adopters?
Coûts € Quels sont les coûts (ponctuels et récurrents) liés au lancement et au fonctionnement de votre activité?			 Sources de revenus D'où viens l'argent? Qui paie?	

Produit

Marché

BUSINESS DESIGN

Application de méthodologies d'analyse centrées sur l'humain qui permettent la transformation d'une idée en entreprise viable à long terme



Conseils

élaborer le business model en démontrant l'utilité du projet pour le client plutôt que de parler de son mode de fonctionnement.

Inscrire son modèle économique dans la durée. Internet et les nouvelles technologies donnent l'opportunité de proposer des offres très ciblées (one-to-one), de toucher des micro-niches dans le monde entier, d'opter pour des nouveaux modes de tarification (à l'usage) et de nouveaux modèles financiers (mutualisation des coûts).

Mettre en évidence le « plus » pour la cible.

Pour être efficace, votre modèle économique doit **s'appuyer sur un avantage concurrentiel décisif, durable et défendable**. Il doit également être **évolutif et modulable** pour toucher de nouveaux clients dans l'avenir.