

# Business Model Bull.sh

<p><b>Partenaires clés</b></p> <p>Qui sont vos partenaires clés ? Qui sont vos fournisseurs clés ? Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ? Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Experts linguistes</li><li>• Associations citoyennes (diffuseurs)</li><li>• Partis politiques (diffuseurs)</li><li>• Infomaniak (hébergement)</li><li>• Syndicats d'avocats</li></ul>	<p><b>Activités clés</b></p> <p>Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l'offre ? (logistique, marketing, production...) Quel lien avec les canaux de distribution ? Quel lien avec la relation client ? Quel coût, et pour quelles sources de revenus ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse de discours</li><li>• Webapp</li></ul>	<p><b>Offre (proposition de valeur)</b></p> <p>Quelle proposition de valeur pour les clients ? Quelles solutions concrètes l'offre apporte-t-elle aux clients ? Quelles solutions l'offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ? Quelle réponse l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Scores de cohérence et de fioritures lexicales</li><li>• Simplification de texte</li><li>• Traduction de jargon</li><li>• Mise en valeur de points clés</li></ul>	<p><b>Relation client</b></p> <p>Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l'entreprise ? Lister les types de relations client. Comment la relation client s'intègre-t-elle au reste du modèle économique ? Quel en est le coût ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Support pour les entreprises et le grand public payant</li></ul>	<p><b>Segments de clientèle</b></p> <p>Quels sont les segments de clientèle cibles ? Pour qui crée-t-on de la valeur ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Primo-votant</li><li>• Electeur en période électorale</li><li>• Entreprises :<ul style="list-style-type: none"><li>- Acheteur pro</li><li>- Gestionnaire</li><li>- Organe décisionnel de l'entreprise</li><li>- Journaliste</li></ul></li></ul>
<p><b>Structure des coûts</b></p> <p>Quels sont les coûts (dépenses) les plus importants générés par le modèle économique ? Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Infrastructure</li><li>• Maintenance</li><li>• Base de connaissance</li><li>• Développement initial</li><li>• Commercial en déplacement</li></ul>			<p><b>Sources de revenus</b></p> <p>Pour quelle proposition de valeur les consommateurs sont-ils prêts à payer ? Combien sont-ils prêts à payer ? Quel est le mode de paiement préféré des consommateurs ? Quelle est la part de chaque source de revenus sur le total des revenus ? En gras les solutions retenues</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Système de licence<ul style="list-style-type: none"><li>• Service gratuit puis payant</li><li>• Freemium : Score gratuit, filtrage payant OU ALORS certains types (format et/ou sujet) de fichiers gratuitement OU ALORS des options avancées payantes</li></ul></li><li>• Vente de services tiers aux utilisateurs</li><li>• Vente de données à des tiers (agrégées ou personnelles)</li><li>• Services payants pour pros<ul style="list-style-type: none"><li>• Edition entreprise</li><li>• Système live pour des médias (pour plus tard ?)</li></ul></li></ul>	