A blurred background image of an office meeting. Several people are seated around a table, engaged in conversation. A large potted plant is visible in the background. The image is partially obscured by a dark blue diagonal overlay on the right side.

# IDÉE DE PROJET D'INNOVATION

Karima  
KÉVIN

**M2**



# MON CONSTAT

*Pourquoi ?*

La part des femmes  
présentes à l'antenne  
est de **41%** contre **59%**  
d'hommes

Rapport annuel du CSA sur la représentation  
des femmes à la télévision et à la radio



# L'IDÉ

*Promesse / Valeur Ajoutée ?*

# E

---

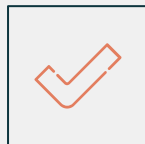


**Favoriser la rencontre entre les femmes et les médias et encourager les médias à améliorer la représentation des femmes sur leurs antennes.**

---

# CONCEPT *Quoi ?*

---



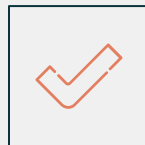
**PLATEFORME WEB OU  
APPLICATION MOBILE QUI  
PERMETTRAIT AUX MÉDIAS (TV,  
RADIO ET PRESSE PAPIER) D'AVOIR  
ACCÈS AUX COORDONNÉES ET  
TRAVAUX DE FEMMES  
JOURNALISTES EXPERTES,  
CHERCHEUSES AFIN DE FACILITER  
LEURS INTERVENTIONS SUR LES  
ANTENNES**

# CONCEPT *Comment ?*

---



**MOBILE**  
ou  
**SITE INTERNET**

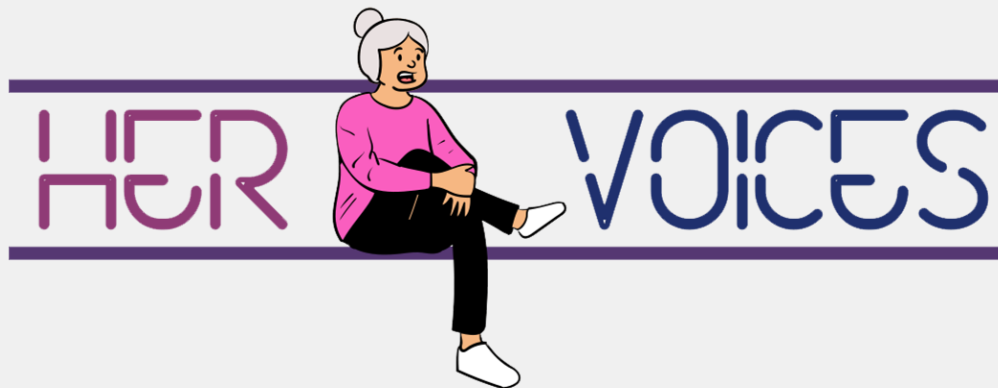


## **FONCTIONNALITÉ**

Système de matching  
Agenda avec les ≠ disponibilités des femmes  
Tag avec les expertises et métiers

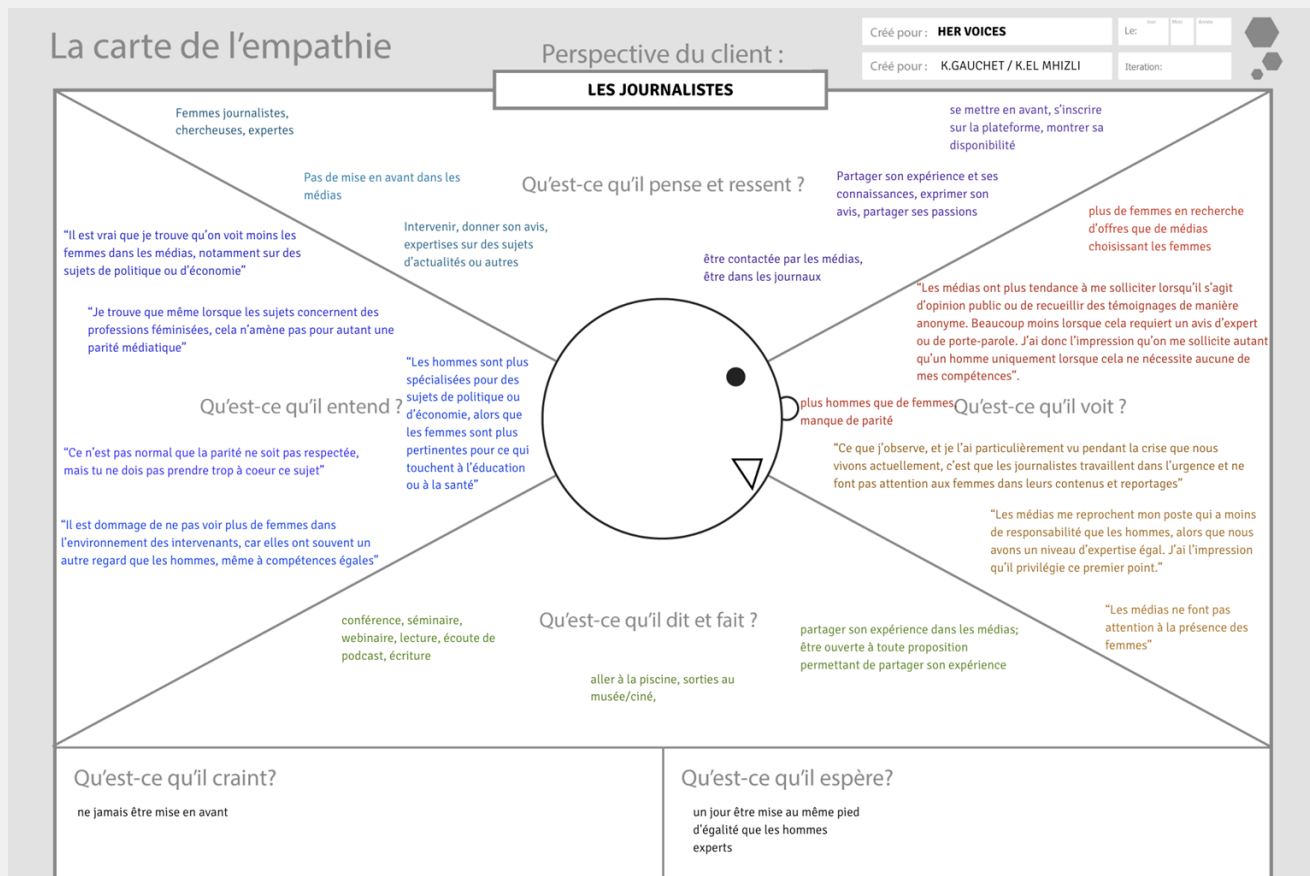
# LA MARQUE

*Logo ? Slogan ?*

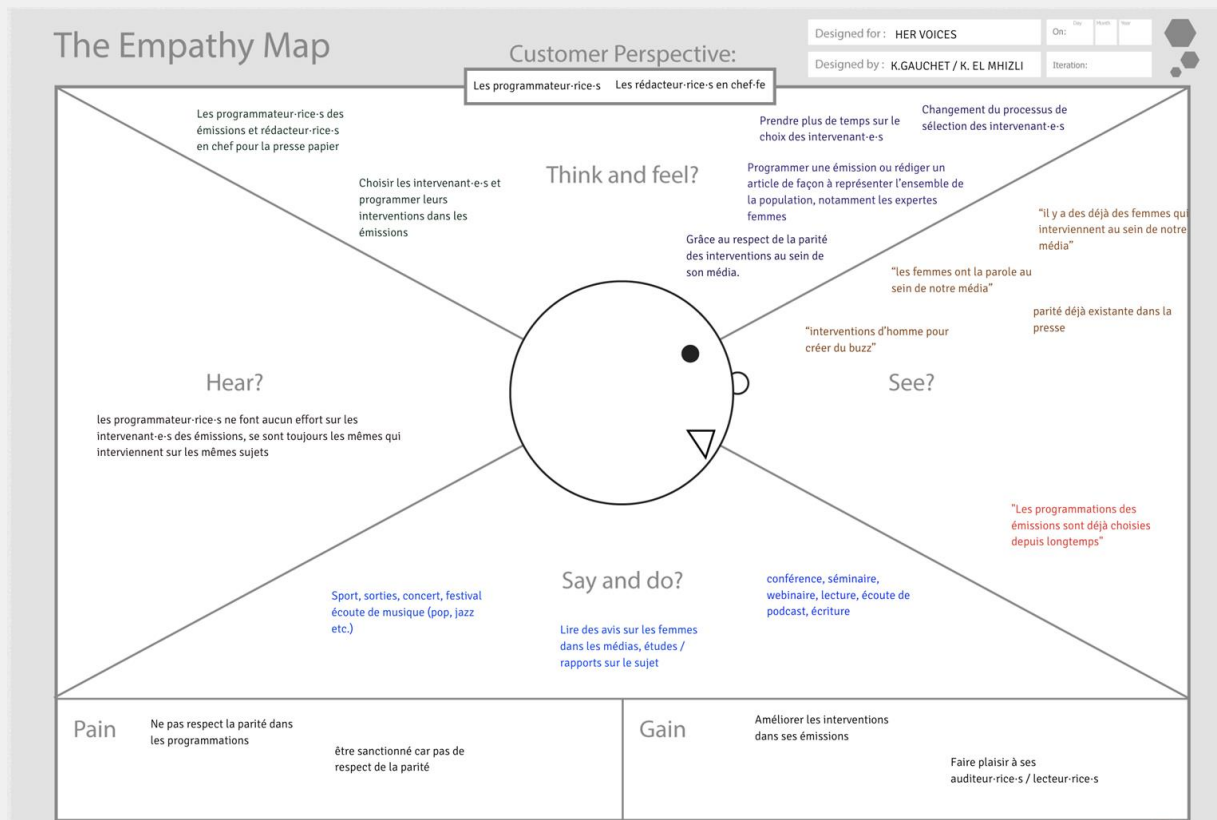


**Faites résonner la voix de femmes  
dans les médias**

# Carte d'empathie journalistes



# Carte d'empathie programmeur·rice·s





# Business Model Canva

## The Business Model Canvas

Réalisé pour :



Réalisé par :

K. Gauchet  
K. El Mhizli

Le : Jour Mois An  
26/10/2020

Version : No. DEF

<b>Partenaires Clés</b>  Qui sont nos partenaires clés ? Qui sont nos fournisseurs clés ? Quelles ressources sont acquises via nos partenaires ? Quelles activités clés réalisent nos partenaires ? <b>OBJECTIFS DU PARTENARIAT</b> Optimisation et Economie Réduction des risques et incertitudes Acquisition de ressources ou activités spécifiques  	<b>Activités Clés</b>  Quelles activités clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Nos relations clients ? Nos sources de revenus ? <b>CATÉGORIES</b> Normes Performance Personnalisation « Mission à accomplir » Design Manager / Naturalité Prix Réduction de coûts Réduction de risques Accessibilité Éthique / Convivialité  Plateforme web  <b>Ressources Clés</b>  Quelles ressources clés sont nécessaires pour : Notre proposition de valeur ? Nos canaux de distribution ? Nos relations clients ? Nos sources de revenus ? <b>TYPES DE RESSOURCES</b> Principes Intelligences (marques, brevets, droits, données) Humaines Financières  Besoins de développement technique de la plateforme	<b>Proposition de Valeur</b>  Quelle valeur délivrons-nous au client ? Quels besoins clients satisfaisons-nous ? Quelle problématique client aidons-nous à résoudre ? Quelle offre proposons-nous à chaque segment client ? <b>CARACTÉRISTIQUES</b> Normes Performance Personnalisation « Mission à accomplir » Design Manager / Naturalité Prix Réduction de coûts Réduction de risques Accessibilité Éthique / Convivialité  Mise en place d'une plateforme qui permet de faciliter la recherche d'intervenant-e-s d'expert-e-s, chercheur-euse-s, journalistes  Avec un système de recherche facilité  Version premium pour les médias	<b>Relation Client</b>  Quelle relation chaque segment client souhaite-t-il que nous établissons et maintenons avec eux ? Lesquelles avons-nous établies ? Comment sont-elles intégrées dans notre modèle économique ? Quel est leur coût ? <b>EXEMPLES</b> Assistance personnalisée Assistance personnalisée dédoublée Self-service Services automatisés Communautés Co-création  Création de communautés Hervoices  Mise en place d'une newsletter  <b>Canaux de distribution</b>  A travers quels canaux nos segments clients souhaitent-ils être atteints ? Comment les atteignons-nous ? Quel est le niveau d'intégration de nos canaux ? Lesquels sont les plus rentables ? Comment les intégrons-nous avec les habitudes clients ? <b>PHASES</b> 1. Sensibilisation Comment pouvons-nous mieux faire connaître notre offre ? 2. Evaluation Comment allons-nous le client à évaluer notre proposition de valeur ? 3. Achat Comment permettons-nous aux clients d'acquiescer nos produits et services ? 4. Livraison Comment délivrons-nous notre proposition de valeur aux clients ? 5. Service après-vente Comment fournissons-nous un service après-vente ?  	<b>Segments Clients</b>  Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos principaux clients ? <b>EXEMPLES</b> Marchés de masse Marchés de niche Marchés segmentés Marchés diversifiés Plate-formes multi-faces  Journalistes  Expert-e-s  Chercheur-euse-s  Les médias
<b>Structure de Coûts</b>  Quels sont les coûts les plus importants inhérents à notre modèle économique ? Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ? <b>VOTRE MODÈLE ÉCONOMIQUE EST-IL PLUTÔT :</b> Adhère aux coûts (faible structure de coûts, tarifs bas, automatisation maximum, sous-traitance intensive) ? Adhère au coût (faible structure de coûts, tarifs bas, automatisation maximum, sous-traitance intensive) ? Adhère au coût (faible structure de coûts, tarifs bas, automatisation maximum, sous-traitance intensive) ? <b>EXEMPLE DE CARACTÉRISTIQUES</b> Coûts fixes (salaires, loyers, services publics) Coûts variables Economies d'échelle Economies de gamme  Version gratuite  Version premium		<b>Sources de Revenus</b>  Pour quelle valeur ajoutée nos clients sont-ils prêts à payer ? Pour quelle offre paieront-ils actuellement ? Quelle est la fréquence de paiement ? Comment préféreraient-ils payer ? Quelle est la part de chaque source de revenus sur le revenu global ? <b>TYPES</b> Forfait de base Forfait d'utilisation Abonnement Prix / Location / Crédit / Bail Licence Frais de courtage Publicité  <b>PRIX FIXES</b> Prix fixes Dépendent des options du produit Dépendent du segment client Dépendent du volume  <b>PRIX VARIABLES</b> Négociation (marchandises) Gestion de la rentabilité Marché temps réel  Publicité dans la version gratuite  Abonnement mensuel pour accéder à la version payante		

www.businessmodelgeneration.com

Scannez le code pour commander un Poster Business Model Canvas ! ou rendez-vous sur [www.onopia.com](http://www.onopia.com)



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



# THANKS!

