

Partenaires clés	Activités clés
<div>Le board de l'entreprise (investisseurs, mentors, ...)</div> <div>Les utilisateurs</div> <div>Les marques de mode</div>	<div>Community management</div> <div>Gestion plateforme</div> <div>modération des vêtements ajoutés</div> <div>Partenariats avec les marques</div>
	Ressources clés
	<div>Application mobile</div> <div>Communauté d'utilisateurs</div> <div>Communauté des marques partenaires</div>
Structure de coûts	

Développement de l'application mobile

Budget communication et marketing

Ressources humaines

Proposition de valeur	Relation client
<p><u>Les utilisateurs :</u></p> <p>Obtiennent instantanément les informations concernant leur article</p> <p>Peuvent sauvegarder les articles qui ont scanné et ainsi créer leur propre dressing</p> <p>Gardent l'historique des produits ajoutés eux-mêmes sur l'application</p> <p>Possibilité d'avoir la note globale de l'impact du dressing créé avec les articles sélectionnés</p> <p>Possibilité de partager sur les réseaux sociaux les articles ainsi que son dressing</p> <p>Faire partie d'une communauté soucieuse de la provenance des vêtements achetés, de leur fabrication et de leur impact</p> <p><u>Les marques :</u></p> <p>Informent leurs clients sur la fabrication de leurs produits et de l'impact global de chaque article</p> <p>Publicité de leurs articles et collections auprès de la communauté et via les partages sur les réseaux sociaux</p> <p>Vitrine pour les marques éco responsables</p> <p>Intègrent une communauté de consommateurs responsables</p>	<p>Présence sur les réseaux sociaux</p>
	Canaux de distribution
	<p>Application mobile</p> <p>Réseaux sociaux</p> <p>Partenariats avec les marques</p>
	Sources

	Abonnement au mois ou à l'ann l'ap Gratuit poi
--	--

Segments clients

Les utilisateurs :

Personnes souhaitant connaître la provenance et l'impact environnemental et social des vêtements qu'elle porte

Personnes éco responsables, sensibles au changement des habitudes d'achat

Cycle : 25 - 40 ans

Les marques :

Soucieuses de redorer leur image auprès de ses consommateurs

Pour les marques éco responsables, leur permettre de faire connaître leurs techniques de fabrication, de se mettre en avant et d'avoir un impact auprès des consommateurs plus important

Plateforme vitrine pour les produits de chaque marque, publicité via l'application avec la proposition d'articles alternatives plus responsables et le partage des articles par les consommateurs sur les réseaux sociaux

s de revenus

née pour les marques référencées sur
application

ur les utilisateurs