

Business Model Canvas

Nom de l'entreprise :
WAKEVE TRAVEL

Date:
10/04/2022

<p>Partenaires clés</p> <p>Qui sont vos partenaires clés ? Qui sont vos fournisseurs clés ? Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ?</p> <p>I. Partenaires clés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les compagnies de transport (full secteurs) • Les compagnies d'assurance • Les banques • Les compagnies de location • Les hôtels • Les agences touristiques • Les sites touristiques • Les collectivités locales • Les administrations liées au voyage • Les ambassades • Investisseurs privés <p>II. fournisseurs clés</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agences IATA • Compagnies de transport 	<p>Activités clés</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> <p>I. Activités clés</p> <ul style="list-style-type: none"> • La vente de billets voyage (à l'agence ou en ligne) distribution directe et courte • L'assistance voyage (à l'agence, en ligne ou sur site) = distribution mixte • L'organisation des voyages (à l'agence, en ligne ou sur site) = distribution directe et courte • Marketing et communication (en ligne, sur les réseaux sociaux, sur le terrain, audiovisuel) 	<p>Offre (proposition de valeur)</p> <p>Quelle proposition de valeur pour les clients ? Quelles solutions concrètes l'offre apporte-t-elle aux clients ? Quelle réponse l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?</p> <p>I. Proposition de valeur</p> <p>Le voyage possible et accessible pour tous</p> <p>2. Solutions concrètes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Appli mobile • Epargne voyage • Crédit voyage <p>3. Réponses aux besoins des clients</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accompagnement de bout en bout dans les formalités voyage • Meilleur rapport qualité prix • Prestations de qualité 	<p>Relation client</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> <p>I. Type de relation-client</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réseaux sociaux • Face à face • Service clientèle • Téléphone • Emails • Affiches 	<p>Segments de clientèle</p> <p>Quels sont les segments de clientèle cibles ? Pour qui crée-t-on de la valeur ?</p> <p>I. Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standard (étudiants, enfants, classe moyenne) • Premium (fonctionnaires et agents du privé) • Gold (entreprises, Administrations, organisations) • Agences de voyages
--	---	---	--	---

<p>III. les ressources proposées par les partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les tickets voyage • Les assurances voyage • Crédit et épargne voyage • Les véhicules de location • Les crédits voyages 	<p>Ressources clés</p> <p>Quelles ressources clés la production de l'offre requiert-elle ? Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ?</p> <p>Les ressources internes nécessaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ressources Humaines (manager, assistant-chargé des ventes, comptable, marketeur) • Site internet et appli mobile 		<p>Canaux de distribution</p> <p>A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ? Comment les différents canaux s'intègrent-ils ? Quel est le canal privilégié ? Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quels canaux ? <ul style="list-style-type: none"> • Agence • En ligne 2. Canal privilégié 3. Canaux adaptés ? <p>Fonction du segment de cible Les deux, tout est fonction du segment de cible</p>	
<p>Structure des coûts</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"> • Dépenses administratives • Installation, équipement et aménagement • Marketing et communication • Commissions à verser aux partenaires • Charges sociales • Charges locatives 		<p>Sources de revenus</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 ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les billets • La publicité sur l'appli et la plateforme web • Les commissions sur épargne voyage • Les commissions sur crédit voyage • Les commissions sur assurance voyage 		