

# Business Model Canvas

Nom de l'entreprise :  
**inSchool**

Date:  
01/06/2022

<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 ?</p> <p><b>I. Partenaires clés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les prestataires de services événementiel</li> <li>Investisseurs privés</li> </ul> <p><b>II. fournisseurs clés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Hébergeur cloud privé</li> <li>Fournisseur de SMS</li> </ul> <p><b>III. les ressources proposées par les partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>L'hébergement de la plateforme web</li> <li>L'envoi de SMS</li> <li>Les services de soutien aux organisateur d'évènement</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 ? <b>Quel coût, et pour quelles sources de revenus ?</b></p> <p><b>I. Activités clés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mise en relation entre les prestataires de services événementiel et les usagers ou organisations publiques ou privées</li> <li>Publicité</li> <li>Marketing et communication (en ligne, sur les réseaux sociaux, sur le terrain, audiovisuel)</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 ? Quelle réponse l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?</p> <p><b>I. Proposition de valeur</b></p> <p>Pour des événements réussis</p> <p><b>2. Solutions concrètes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Appli mobile</li> </ul> <p><b>3. Réponses aux besoins des clients</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Assistance permanent aux organisateurs d'évènement</li> <li>Meilleur rapport qualité prix</li> <li>Prestations de qualité</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 ? <b>Quel en est le coût ?</b></p> <p><b>I. Type de relation-client</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réseaux sociaux</li> <li>Face à face</li> <li>Service clientèle</li> <li>Téléphone</li> <li>Emails</li> <li>Affiches</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> <p><b>I. Segments</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les ménages</li> <li>Les prestataires de services</li> <li>Les marchands de biens consommable au cours des événements</li> <li>Les administrations publiques ;</li> <li>Les entreprises privées</li> <li>Les annonceurs</li> </ul>
	<p><b>Ressources clés</b></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><b>Les ressources internes nécessaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ressources Humaines (manager, assistant-chargé des ventes, comptable, marketeur)</li> <li>Plateforme web et appli mobile</li> </ul>		<p><b>Canaux de distribution</b></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> <p><b>I. Quels canaux ?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>En ligne</li> <li>Terrain dans les quartiers</li> </ul> <p><b>2. Canal privilégié</b></p> <p>Fonction du segment de cible</p> <p><b>3. Canaux adaptés ?</b></p> <p>Les deux, tout est fonction du segment de cible</p>	

### Structure des coûts

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 ?

- Dépenses administratives
- Installation, équipement et aménagement
- Marketing et communication
- Commissions à verser aux partenaires
- Charges sociales
- Charges locatives

### Sources de revenus

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 ?

- Publicité sur l'appli et la plateforme web
- Commissions sur les ventes des services et biens
- Abonnement à la version pro