

1 ER RV

Nom du projet

Présentation du projet

N'oubliez pas d'indiquer également **l'opportunité d'entreprendre** : évolutions des besoins, changement de réglementation, innovation commerciale, rupture technologique.
Vous devez démontrer comment vous allez répondre aux attentes du client.

L'équipe

Vous devez rassurer l'investisseur en lui montrant que vous disposez d'une équipe performante capable de réaliser le développement de votre projet.

Pour compléter les compétences de l'équipe d'origine, précisez si certains partenariats vont permettre d'apporter un savoir-faire complémentaire.

L'environnement du projet

Méthode PESTEL (politique-économique-social-technologique-écologique-légal)

Le modèle d'affaires responsable proposé par l'université de LAVAL (modèle CANVAS)

<https://chaires.fsa.ulaval.ca/espritentrepreneuriat/matrice-modele-affaires-responsable/>

LA MATRICE DU MODÈLE D'AFFAIRES RESPONSABLE

Nom de l'entreprise : _____ Date : _____ Version : _____

Partenaires-clés et parties prenantes (🔗)	Activités-clés (⚙️)	Proposition de valeur (💡)	Relations clientèle (🤝)	Segments de clientèle (👥)
Gouvernance (🏛️)	Ressources-clés (📁)	Mission, vision et valeurs (❤️)	Canaux (📢)	Utilisateurs et bénéficiaires (👤)
Structure de coûts (💰)	Retombées négatives (⬇️)	Retombées positives (⬆️)	Structure de revenus (💵)	

Chaires :
 ■ Défis urbains
 ■ Faiblesse
 ■ Viabilité

Chaire de leadership en enseignement sur l'engagement social
 Chaire de leadership en enseignement sur le développement de l'esprit d'entreprendre et de l'entrepreneuriat

UNIVERSITÉ LAVAL

Les clients

Précisez quels sont vos clients et vos utilisateurs finaux. L'utilisateur final et l'acheteur économique peuvent être la même personne en fonction de la situation. Mais parfois les utilisateurs finaux bénéficient d'un produit gratuit mais une autre partie va par ex payer pour avoir accès à ses données ou à cet utilisateur (ex le moteur de recherche GOOGLE).

Attention également aux marchés multilatéraux ex eBay il y a un marché bilatéral car pour réussir il a besoin des vendeurs et des acheteurs pour participer aux enchères.

Il s'agit de décrire un groupe homogène ayant des caractéristiques et des besoins similaires en précisant par ex ce qui les rassemble (tranche âge, sexe, implantation géographique...) Cette focalisation va ainsi vous permettre :

- de positionner votre produit,
- d'identifier les spécificités à développer : les caractéristiques de votre produit peuvent différer en fonction des priorités de l'utilisateur final,
- d'affiner le type de communication.

L'analyse de la concurrence

Les informations recherchées sur les différents concurrents concernent les points suivants :

Concurrence directe et / ou indirecte

Nom

Taille

Caractéristiques principales

Situation géographique

Facteurs de différenciation ...

N'hésitez pas à montrer vos avantages concurrentiels

Avez-vous imaginé les possibilités pour vous démarquer de vos concurrents, en innovant soit par l'offre proposée, soit par l'usage qui en est fait, les moyens mis en œuvre ou la stratégie commerciale ?

Volet financier : quelques éléments

Comment allez-vous générer du chiffre d'affaires ? Quel est votre business model ?

Le paiement en une fois – les tarifs horaires- l'abonnement-les licences – la revente de données – la publicité – facturation de la consommation – les commissions de transaction