

<h3>8- Partenaires clés</h3> <p>Qui ? Avec Qui ? </p> <ul style="list-style-type: none"> Quels sont mes partenaires stratégiques (prescripteurs, fournisseurs...)? Quelles sont mes motivations pour ces partenariats : optimisation (financière ou pas), réduction des risques, acquisition de ressources ou d'activités particulières ? Quelles activités clés nos partenaires-fournisseurs conduisent-ils ? <p>Exemple : fournisseurs, sous-traitants, organisation professionnelles, prescripteurs, artisans, designers, collectivités publiques, associations...</p>	<h3>7- Activités clés</h3> <p>Comment ? </p> <ul style="list-style-type: none"> Quelles sont les principales activités pour que mon affaire fonctionne : conception, fabrication, production, gestion logistique, gestion site Web, achat revente, ingénierie, prospection, animation, vente, canaux de distribution, flux de revenus... 	<h3>2- Propositions de valeur → Offre efficace et unique</h3> <p>Quoi ?, Pourquoi ? </p> <ul style="list-style-type: none"> Quel produit/service proposons-nous ? A quel besoin/problemème répond-il ? Quel est son avantage par rapport à la concurrence ? Pourquoi viendra-t-il chez moi ? Quelle offre pour chacun des segments <p>NB : Mon offre est-elle : nouvelle, moins chère, utile, plus performante, éco-responsable, personnalisable, bon design, de meilleure qualité, authentique, naturelle, adaptable, ...</p>	<h3>4- Relations avec les clients : votre image</h3> <p>Comment ? </p> <ul style="list-style-type: none"> Comment j'attire, je fidélise mes clients ? Quelle relation spécifique je vais avoir avec eux ? Sur quels supports seront-ils en relation avec mon entreprise ? <p>NB : Service proposé : assistance personnelle, service d'échange, programme fidélité...</p> <h3>3- Canaux</h3> <p>Comment ? </p> <ul style="list-style-type: none"> Par quels canaux de Distribution et de Marketing vais-je faire connaître mon offre : modes de distribution ou de communication pour valoriser, distribuer... Comment vais-je vendre mes produits (vente en ligne, boutique, grossiste) ? <p>Ex.: Flyer, pub, site internet, boutique, agents co, vente directe, SAV</p>	<h3>1 -Segments de clientèle →Cible</h3> <p>A Qui ? </p> <ul style="list-style-type: none"> Qui sont mes clients ? Y a-t-il différents segments de clientèle ? Mes clients (ceux qui payent) sont-ils les utilisateurs de mes produits ? Quelles sont leurs caractéristiques : Ent. ou particuliers, CSP, âge, attentive à l'environnement... Qui sont mes non-clients ? Et qu'est ce qui m'empêche de les atteindre ? <p>NB : Si pls cibles faire un document par cible pour ajuster le BM.</p>
<h3>9- Structure des coûts : ensemble des coûts générés par la mise en place du projet</h3> <p>Combien ? </p> <ul style="list-style-type: none"> Quels sont les coûts les plus importants ? Les activités les plus coûteuses ? Quelles sont les charges fixes (loyer, salaires..) et les charges variables (marchandises, sous-traitance...)? Mon modèle est-il plutôt axé sur les coûts (faible structure de coûts, tarifs bas, automatisation, sous-traitance...) ou bien axé sur la valeur (création de valeur, haut de gamme 		<h3>5- Flux de revenus</h3> <p>Comment ? Combien ? </p> <ul style="list-style-type: none"> Comment je fais mon CA Comment chacun de mes segments vont-ils payer ? Mes clients vont payer : un prix fixe, variable (en fonction du modèle et options choisies) dégressif (en fonction du volume vendu) – une location – un abonnement – à la commande – à la réception... 		

<p>8 - Partenaires clés</p> <p><i>Qui ? Avec</i></p>  <p>■ ■ ■</p>	<p>7 - Activités clés</p> <p><i>Comment ?</i></p>  <p>■ ■ ■</p>	<p>2 - Propositions de valeur → Offre efficace et unique</p> <p><i>Quoi ?, Pourquoi ?</i></p>  <p>■ ■ ■</p>	<p>4 - Relations avec les clients</p> <p><i>Comment ?</i></p>  <p>■ ■ ■</p>	<p>1 - Segments de clientèle → Cible</p> <p><i>A Qui ?</i></p>  <p>■ ■ ■</p>
<p>9 - Structure des coûts</p> <p><i>Combien ?</i></p> <p>■ ■ ■</p>	<p>6 - Ressources clés</p> <p><i>Avec quoi ?</i></p>  <p>■ ■ ■</p>	<p>5 - Flux de revenus</p> <p><i>Comment ? Combien ?</i></p>  <p>■ ■ ■</p>	<p>3- Canaux</p> <p><i>Comment ?</i></p>  <p>■ ■ ■</p>	<p><i>Comment ? Combien ?</i></p> 

Projet :

Exemple : Un restaurant convivial sur le thème basque qui respectera « l'esprit basque » et les évènements basques et où les clients seront invités à faire connaître leurs propres recettes « de famille », leurs propres producteurs qui, après test par le restaurateur, seront proposés à la carte

<p>Partenaires clés </p> <p>Partenaires stratégiques : les producteurs, éleveurs du pays basque</p>	<p>Activités clés </p> <p>Conception et fabrication des plats avec les producteurs régionaux, Organisation et animation des évènements basques</p>	<p>Propositions de valeur </p> <p>Nouveauté et personnalisation Besoin de la population basque de se retrouver entre soi, d'appartenir à une communauté. Motivation affective</p>	<p>Relations avec les clients </p> <p>Self-service pour les soirées évènementielles Service à table avec explication des plats</p>	<p>Segments de clientèle </p> <p>Segment 1 : Les personnes natives du pays basque qui veulent retrouver l'esprit de leur pays Segment 2 : les personnes voulant découvrir le pays basque Segment 3 : les personnes « fans » du pays basque → Marché de niche</p>
<p>Structure des coûts </p> <p>Des coûts fixes avec le loyer et le personnel Des coûts variables avec les matières premières</p>	<p>Flux de revenus </p> <p>Paiement à la consommation Voir pour un abonnement pour les clients les plus fidèles</p>			