









PROJET	AUTEUR	DATE	VERSION
PARTENAIRES CLÉS 	ACTIVITÉS CLÉS 	PROPOSITION DE VALEUR 	RELATIONS CLIENTS 
	RESSOURCES CLÉS 		CANAUX 
COÛTS 		REVENUS 	












Créé par: Business Model Foundry AG
Les créateurs du *Business Model Generation* et de *Strategyzer.com*

Cette œuvre est mise à disposition selon les termes d'attribution et de partage des conditions de la licence Creative Commons. Pour consulter une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.fr> ou rédigez une lettre à l'attention de Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Contenu des sections de la matrice du modèle d'affaires: © Tous droits réservés 2015 HEC Montréal

^{MC} MON MODÈLE D'AFFAIRES et le logo MON MODÈLE D'AFFAIRES sont des marques de commerce de la Banque Nationale du Canada.

Propulsé par

PROJET	AUTEUR	DATE	VERSION	
<p>PARTENAIRES CLÉS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Qui sont vos partenaires et fournisseurs indispensables? (ou investisseurs, collaborateurs, associations, distributeurs, etc.) › Quels partenaires vous permettent de réaliser les activités que vous ne faites pas à l'interne? › Quels partenaires vous permettent de vous procurer les ressources dont vous ne disposez pas? 	<p>ACTIVITÉS CLÉS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Quelles activités devez-vous faire pour réaliser votre proposition de valeur? 	<p>PROPOSITION DE VALEUR </p> <ul style="list-style-type: none"> › À quels besoins/problèmes répondez-vous? › Quelle est la valeur créée? › Qu'apportez-vous vraiment au client? › Quelles sont les caractéristiques de votre produit/service? › Quels sont les bénéfices de votre offre? 	<p>RELATIONS CLIENTS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Quelle est la nature de votre relation avec vos clients? (ex. transactionnelle, communauté, personnalisée) › Quel type de relation vos clients souhaitent-ils? 	<p>SEGMENTS DE MARCHÉ </p> <ul style="list-style-type: none"> › Pour qui créez-vous la valeur? › Qui sont vos clients cible ou segments de clients? › Quels sont vos clients les plus importants? › Quels sont leurs besoins? › Quels sont leurs problèmes? › Quel est leur profil? (ex. âge, sexe, revenus, style de vie)
<p>RESSOURCES CLÉS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Qu'avez-vous besoin de posséder pour réaliser votre proposition de valeur? › Quelles sont les ressources essentielles? (humaines, physiques, intellectuelles, matérielles...) 	<p>CANAUX </p> <ul style="list-style-type: none"> › Comment allez-vous rejoindre vos clients? › Par quels canaux distribuez-vous vos produits ou services? › Par quels canaux communiquez-vous avec vos clients? 	<p>COÛTS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Quels sont les coûts de vos activités et de vos ressources clés? (fixes et variables) › Quels sont les coûts les plus importants de votre modèle? 	<p>REVENUS </p> <ul style="list-style-type: none"> › De quelles façons obtenez-vous des revenus? › Comment vos clients payent-ils? Comment préfèrent-ils payer? (ex. honoraires, vente, forfait, abonnement, location, licence) › Quels sont les produits ou les services les plus rentables? 	



Créé par: Business Model Foundry AG
Les créateurs du *Business Model Generation* et de *Strategyzer.com*

Cette œuvre est mise à disposition selon les termes d'attribution et de partage des conditions de la licence Creative Commons. Pour consulter une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.fr> ou rédigez une lettre à l'attention de Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Contenu des sections de la matrice du modèle d'affaires: © Tous droits réservés 2015 HEC Montréal

^{MC} MON MODÈLE D'AFFAIRES et le logo MON MODÈLE D'AFFAIRES sont des marques de commerce de la Banque Nationale du Canada.

Propulsé par