

Modèle économique

Créer, délivrer et capturer de la valeur

Piloter

CONTEXTE

Comment le projet va-t-il créer, délivrer et capturer de la valeur de façon économiquement viable ?

Concilier la viabilité économique avec la valeur créée pour le client, anticiper les besoins de financement et de trésorerie.

Le modèle économique décrit les choix structurants du projet — clients, revenus, coûts, ressources, partenaires — pour générer une activité pérenne.

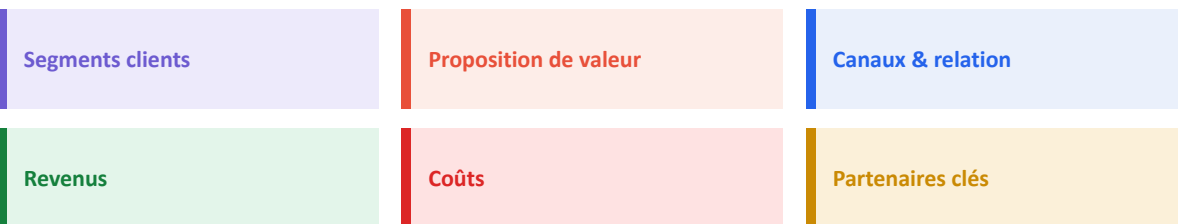
ETAPES

- 1 Identifie tes segments de clientèle et la proposition de valeur associée à chacun.
- 2 Définis tes canaux de distribution et la relation entretenue avec chaque segment.
- 3 Formule tes sources de revenus et ta structure de coûts.
- 4 Identifie tes ressources clés, activités clés et partenaires clés.
- 5 Confronte le canevas aux apprentissages terrain et ajuste-le régulièrement.

CRITERES A MAITRISER

Chaque bloc repose sur une hypothèse testée, pas une supposition · Les revenus sont réalistes par rapport au marché · Le canevas est révisé après chaque validation

APERÇU DU CANEVAS (BUSINESS MODEL)



Canevas complet (9 blocs classiques) à dérouler sur un support A3 ou Miro pour l'atelier d'équipe.

Modèle économique

Le canevas BMC complet

Piloter

CONTEXTE

Le Business Model Canvas structure les 9 blocs qui composent un modèle économique, à remplir et itérer en équipe.

Commence toujours par la proposition de valeur et les segments clients, avant de réfléchir aux revenus.

Un canevas se remplit au crayon : chaque bloc est une hypothèse à tester, pas une certitude gravée dans le marbre.

CANEVAS VIERGE — À REMPLIR EN ÉQUIPE

PARTENAIRES CLÉS

Qui nous aide à réaliser ce que nous ne pouvons pas faire seuls ?

ACTIVITÉS CLÉS

Les actions essentielles pour livrer la proposition de valeur.

RESSOURCES CLÉS

Ce dont on a besoin pour fonctionner : actifs, équipe, savoir-faire.

PROPOSITION DE VALEUR

Le problème résolu et la valeur apportée à chaque segment.

RELATION CLIENT

Comment on interagit avec chaque segment de clientèle.

CANAUx

Comment la valeur est livrée : vente, communication, distribution.

SEGMENTS CLIENTS

Les groupes de clients qu'on cherche à toucher et servir.

STRUCTURE DE COÛTS

Les postes de dépense les plus importants du modèle.

SOURCES DE REVENUS

Comment et pour quoi les clients acceptent de payer.

Modèle économique

Un exemple rempli

Piloter

CONTEXTE

RESPIRE est née d'un « caillou dans la chaussure » personnel — voir comment ce vécu se traduit en modèle économique concret.

La proposition de valeur découle directement du problème vécu par la fondatrice : la confiance trahie envers les grandes marques.

Un bon modèle économique se lit comme une histoire cohérente, du problème du client jusqu'à la façon dont l'entreprise en vit.

EXEMPLE — RESPIRE (DÉODORANTS NATURELS)

PARTENAIRES CLÉS

Fournisseurs d'ingrédients naturels, laboratoires de formulation.

ACTIVITÉS CLÉS

R&D de formules naturelles, marketing digital et communauté.

RESSOURCES CLÉS

Marque, communauté engagée, formulations propriétaires.

PROPOSITION DE VALEUR

Déodorants naturels et transparents, sans aluminium ni conservateurs controversés.

RELATION CLIENT

Communauté engagée sur les réseaux, transparence totale sur les formules.

CANAU

E-commerce, réseaux sociaux, points de vente bio et magasins partenaires.

SEGMENTS CLIENTS

Consommateurs soucieux de leur santé et de l'impact environnemental.

STRUCTURE DE COÛTS

Ingrédients naturels, production, marketing digital et influence.

SOURCES DE REVENUS

Vente directe en ligne et distribution en magasins partenaires.