|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | *Conçu pour :* | *Conçu par :* | *Date :* | *Version :* |
| **Matrice d’affaires** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Partenaires stratégiques** | **Activités principales** | **Offre de valeur** | **Relations client** | **Segments de clientèle** |
| Qui sont nos partenaires stratégiques ? Qui sont nos principaux fournisseurs ? Quelles ressources principales achetons-nous auprès de nos partenaires ? Quelles activités principales nos partenaires réalisent-ils ?LES OBJECTIFS DE NOS PARTENARIATS : Optimisation et économie, Réduction du risque et de l’incertitude, Acquisition de ressources et d’activités particulières  | Quelles activités principales nos offres de valeur requièrent-elles ? Quels sont nos canaux de distribution ? Nos relations client ? Nos flux de revenus ?CATÉGORIES :Production, résolution de problèmes, plateforme/réseau  | Quelle valeur apportons-nous au client ? Lequel des problèmes rencontrés par nos clients contribuons-nous à résoudre ? Quelles offres groupées de produits et de services proposons-nous à chaque segment de clientèle ? Quels sont les besoins des clients que nous satisfaisons ?CARACTÉRISTIQUES : Nouveauté, performance, personnalisation, efficacité, conception, marque/statut, prix, réduction des coûts, réduction des risques, accessibilité, commodité/utilisabilité  | Quel type de relation chacun de nos segments de clientèle espèrent-t-ils que nous établissions et maintenions avec eux ? Lesquels avons-nous établis ? Comment sont-ils intégrés au reste de notre modèle d’entreprise ? Quel est leur coût ?  | Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos clients les plus importants ? Notre clientèle est-elle un marché de masse, un marché de niche, un marché segmenté, diversifié, une plateforme multifacette ?  |
| **Ressources principales** | **Canaux** |
| Quelles ressources principales nos offres de valeur requièrent-elles ? Quels sont nos canaux de distribution ? Quelles sont nos relations avec les clients et nos flux de revenus ?TYPES DE RESSOURCE : Physique, intellectuelle (brevets de marque, droits d’auteur, données), humaine, financière  | Par quels canaux nos segments de clientèle souhaitent-ils être approchés ? De quelle manière les atteint-on actuellement ? Comment nos canaux sont-ils intégrés ? Lesquels fonctionnent le mieux ? Lesquels sont les plus rentables ? Comment les intégrons-nous aux routines des clients ?  |
| **Structure des coûts** | **Flux de revenus** |
| Quels sont les coûts les plus importants qui sont liés à notre modèle d’entreprise ? Quelles ressources principales sont les plus coûteuses ? Quelles sont les activités essentielles les plus coûteuses ? VOTRE ENTREPRISE EST-ELLE PLUTÔT : axée sur les coûts (structure de coûts la plus légère, offre de valeur à bas prix, automatisation maximale, externalisation poussée), axée sur la valeur (axée sur la création de valeur, offre de valeur supérieure). EXEMPLES DE CARACTÉRISTIQUES : Coûts fixes (salaires, loyers, services publics), coûts variables, économies d’échelle, économies de gamme | Pour quelle valeur nos clients sont-ils réellement prêts à payer ? Pour quoi paient-ils actuellement ? Comment paient-ils actuellement ? Comment préfèrent-ils payer ? Dans quelle mesure chaque flux de revenus contribue-t-il aux revenus globaux ? TYPES : Vente d’actifs, frais d’utilisation, frais d’abonnement, prêt/location/leasing, licences, frais de courtage, publicitéTARIFICATION FIXE : Prix courant, dépendant des caractéristiques du produit, dépendant du segment de clientèle, dépendant du volumeTARIFICATION DYNAMIQUE : Négociation (marchandage), gestion du rendement, commercialisation en temps réel |
| Conçu par : Business Model Foundry ([www.businessmodelgeneration.com/canvas](http://www.businessmodelgeneration.com/canvas)). Intégration Word par : Neos Chronos Limited ([https://neoschronos.com](https://neoschronos.com/)). Licence : [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/) |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | *Conçu pour :* | *Conçu par :* | *Date :* | *Version :* |
| **Matrice d’affaires** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Partenaires stratégiques** | **Activités principales** | **Offre de valeur** | **Relations client** | **Segments de clientèle** |
|   |  |  |  |  |
| **Ressources essentielles** | **Canaux** |
|  |  |
| **Structure des coûts** | **Flux de revenus** |
|  |  |
| Conçu par : Business Model Foundry ([www.businessmodelgeneration.com/canvas](http://www.businessmodelgeneration.com/canvas)). Intégration Word par : Neos Chronos Limited ([https://neoschronos.com](https://neoschronos.com/)). Licence : [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/) |