

# Le business modèle par la pratique

Seladji Yasmine

3 mai 2023

# Introduction



Le business modèle décrit la manière dont l'entreprise gagnera de l'argent en définissant ce qu'elle vendra, comment et à quelle cible elle s'adresse.

Un Business Modèle Canvas est un outil qui permet de formaliser un business model simplement au travers d'un tableau synthétique.

Les étapes du business modèle Canvas :

- Les segments marché (clients).
- La proposition de valeur (Votre offre).
- La distribution (les canaux).
- La relation client.
- Les ressources clés.
- Les activités clés.
- Les partenaires clés.
- Les revenus.
- Les structures de coûts.

Les différentes techniques d'innovation du business modèle.

- L'innovation par les épacentres.
- L'innovation par un jeu de questions.
- L'innovation par l'expérience client.
- L'innovation par le SWOT.

**L'innovation par les épacentres** Il y a quatre épacentres d'innovation :

- les ressources : Ces innovations trouvent leur source dans l'infrastructure ou les partenariats existants d'une organisation pour étendre ou transformer le Business Modèle.
- l'offre : Ces innovations créent de nouvelles propositions de valeur qui ont un impact sur les autres blocs du Business Modèle.
- les clients : Ces innovations sont basées sur les besoins des clients/consommateurs, une meilleure accessibilité ou une plus grande commodité.
- les finances : Ces innovations reposent sur de nouveaux flux de revenus, de nouveaux mécanismes de prix ou des structures de coûts plus performantes.
- Plusieurs innovations en même temps.

L'innovation par un jeu de questions se poser les bonnes questions.

- Quelles facilités ou difficultés ont les clients pour partir vers la concurrence ?
- Est-ce que chaque vente est un nouvel effort ou résulte-t-il d'un renouvellement automatique ?
- Gagnez-vous de l'argent avant d'en dépenser ?
- A quelle vitesse et facilité pouvez-vous faire croître votre Business modèle sans rencontrer d'obstacles sur votre route ?



**L'innovation par l'expérience client** Elle est constituée par la somme des interactions entre une entreprise et ses clients. C'est donc une combinaison de performances physiques, de stimulations sensorielles, d'émotions et d'interactions humaines, chacune confrontée de manière inconsciente par le consommateur avec ses besoins et ses attentes, et cela a chaque point de contact.

3 chiffres :

- 50% de la décision provient des émotions ressenties.
- 95% des gens ont décidé d'agir après avoir eu une mauvaise expérience de service client.
- 85% sont prêts à payer 25% de plus pour s'assurer d'avoir un service client à la hauteur.

L'innovation par le SWOT regarder chaque case du business modèle et de regarder ses forces, faiblesses, opportunités et menaces en y intégrant une échelle.

Exemple :

	Echelle de 1 à 5
<b>Forces - Faiblesses</b>	
La proposition de valeur correspond aux besoins des clients	
Il existe des synergies fortes entre nos produits et services	
Notre chiffre d'affaires est prévisible	
Nous encaissons avant de décaisser nos dépenses	
Nos coûts sont prévisibles	
Nos activités clés sont difficiles à copier	
Nos ressources sont au service de nos objectifs et nous travaillons avec des partenaires lorsque c'est nécessaire	
Nos canaux de distribution sont efficaces	
Les relations avec les clients sont solides	
... etc	

L'innovation par le SWOT regarder chaque case du business modèle et de regarder ses forces, faiblesses, opportunités et menaces en y intégrant une échelle.

Exemple :

Evaluer les menaces	
Des produits et services de substitution sont-ils disponibles ?	
La qualité de nos ressources est-elle menacée ?	
Notre marché risque-t-il d'être bientôt saturé ?	
Sommes-nous trop dépendants de certains partenaires	
... etc	

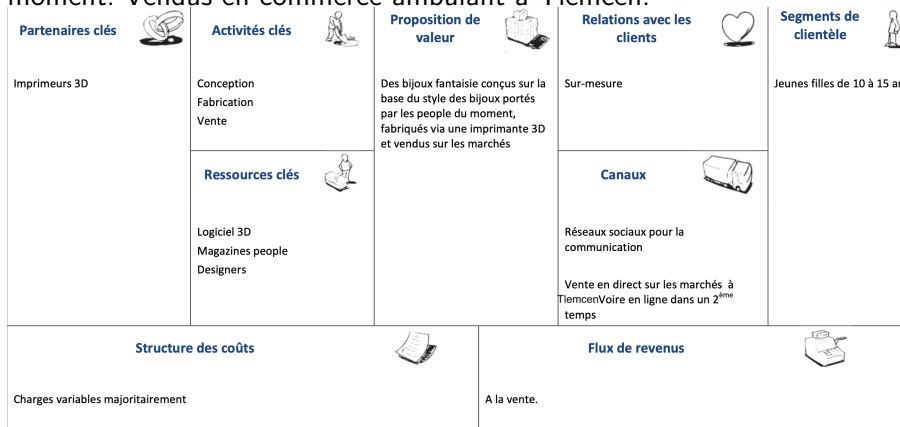
L'innovation par le SWOT regarder chaque case du business modèle et de regarder ses forces, faiblesses, opportunités et menaces en y intégrant une échelle.

Exemple :

<b>Evaluer les opportunités</b>	
Quels autres besoins des clients pourrions-nous satisfaire ?	
Pouvons-nous augmenter les prix ?	
Quelles ressources-clés serait-il préférable de se procurer auprès des partenaires ?	
Des partenaires pourraient-ils compléter notre proposition de valeur ?	
...etc	










# Le business modèle par l'exemple

Exemple 1 : Des bijoux fantaisie fabriqués avec une imprimante 3D et conçus sur la base des bijoux portés par les célébrités du moment. Vendus en commerce ambulants à Tlemcen.



# Le business modèle par l'exemple

## Le business modèle de base.










<b>Partenaires clés</b> 	<b>Activités clés</b> 	<b>Proposition de valeur</b> 	<b>Relations avec les clients</b> 	<b>Segments de clientèle</b> 
Imprimeurs 3D	Conception Fabrication Vente	Des bijoux fantaisie conçus sur la base du style des bijoux portés par les people du moment, fabriqués via une imprimante 3D et vendus sur les marchés	Sur-mesure	Jeunes filles de 10 à 15 ans
	<b>Ressources clés</b> 		<b>Canaux</b> 	
	Logiciel 3D Magazines people Designers		Réseaux sociaux pour la communication  Vente en direct sur les marchés à Tlemcen Vente en ligne dans un 2 <sup>ème</sup> temps	
<b>Structure des coûts</b> 		<b>Flux de revenus</b> 		
Charges variables majoritairement		A la vente.		

Les innovations possibles :

- **Une innovation pilotée par les ressources** : faire concevoir les modèles par les consommateurs (crowdsourcing) plutôt que par des designers professionnels. Ou, dans un premier temps, passer par des écoles de design pour avoir des stagiaires
- **Innovation sur les revenus** : ajouter une possibilité d'abonnement mensuel ou annuel.
- Les produits étant des achats à coup de cœur, définir une stratégie pour fidéliser les clientes pour qu'elles reviennent ou s'abonnent (créer des bijoux sur mesure à la demande).

# Le business modèle par l'exemple

## Le business modèle ajusté.

<p><b>Partenaires clés</b> </p> <p>Imprimeurs 3D</p>	<p><b>Activités clés</b> </p> <p>Conception Fabrication Vente</p> <hr/> <p><b>Ressources clés</b> </p> <p>Logiciel 3D Magazines people Designers</p>	<p><b>Proposition de valeur</b> </p> <p>Des bijoux fantaisie conçus sur la base du style des bijoux portés par les people du moment, fabriqués via une imprimante 3D et vendus sur les marchés de Tours</p> <p><b>En moyenne, une collection tous les mois. Chaque collection étant composée d'une bague, un bracelet, un collier.</b></p>	<p><b>Relations avec les clients</b> </p> <p>Sur-mesure</p> <hr/> <p><b>Canaux</b> </p> <p>Réseaux sociaux pour la communication</p> <p>Vente en direct sur les marchés à Tours. Voire en ligne dans un 2<sup>ème</sup> temps</p>	<p><b>Segments de clientèle</b> </p> <p>Jeunes filles de 10 à 15 ans habitant à Tours</p>
<p><b>Structure des coûts</b> </p> <p>Charges variables majoritairement</p>		<p><b>Flux de revenus</b> </p> <p>A la vente.</p> <p><b>Dans un 2-ème temps, avec la vente en ligne, voire pour proposer un abonnement : pour un certaine somme par mois, la cliente reçoit sa nouvelle collection chaque mois.</b></p>		



Exemple 2 : faire du conseil en sécurisation des données informatiques pour les petites entreprises en proposant un choix de solutions techniques adaptées aux problématiques du client.