

<p><u>Objectifs</u> <u>pédagogiques</u></p> <p>Ce cours vous permettra de comprendre les tenants et aboutissants du BMC, vous dotant des compétences nécessaires pour évaluer, repenser et élaborer des modèles d'affaires robustes et adaptés aux défis du marché contemporain</p>	<p><u>Introduction :</u></p> <p>Le Business Model Canvas, un outil clé pour concevoir et comprendre les modèles économiques. Créé par Alexander Osterwalder et Yves Pigneur, le BMC offre une vue panoramique et structurée de la logique d'une entreprise.</p> <p>Ce cours explorera chaque élément du BMC, de la proposition de valeur aux canaux de distribution, pour vous doter des compétences nécessaires à l'évaluation et à l'innovation des modèles d'affaires. Préparez-vous à plonger dans l'univers fascinant du Business Model Canvas et à en saisir toute la pertinence dans le monde des affaires contemporain.</p>
---	--

1) Définition de BMC :

- *Un business model, ou model économique, explique précisément comment l'entreprise va créer de la valeur et gagner de l'argent. Le business model Canvas (BMC) est une méthode qui permet de construire facilement son modèle économique et de le présenter avec clarté.*
- *Le BMC est une outil stratégique essentiel utilisée par les entrepreneurs, les startups et les entreprises établies pour conceptualiser, visualiser et analyser la logique économique de leur modèle d'affaire.*
- *Le BMC se présente sous la forme d'une carte ou d'une toile divisée en neuf blocs.*
- *Chaque bloc représente un aspect spécifique d'une entreprise, notamment la proposition de valeur, les segments de clientèle, les canaux de distribution, les relations clients, les sources de revenus, les activités clés, les ressources clés, les partenariats clés et la structure des coûts.*
- *Cette méthode permet de visualiser de manière claire et concise comment une entreprise crée, fournit et capture de la valeur, favorisant ainsi une compréhension approfondie de son fonctionnement et offrant un cadre pour repenser, innover et améliorer son modèle d'affaires.*

Chapitre05 : Passé a l'action (BMC)

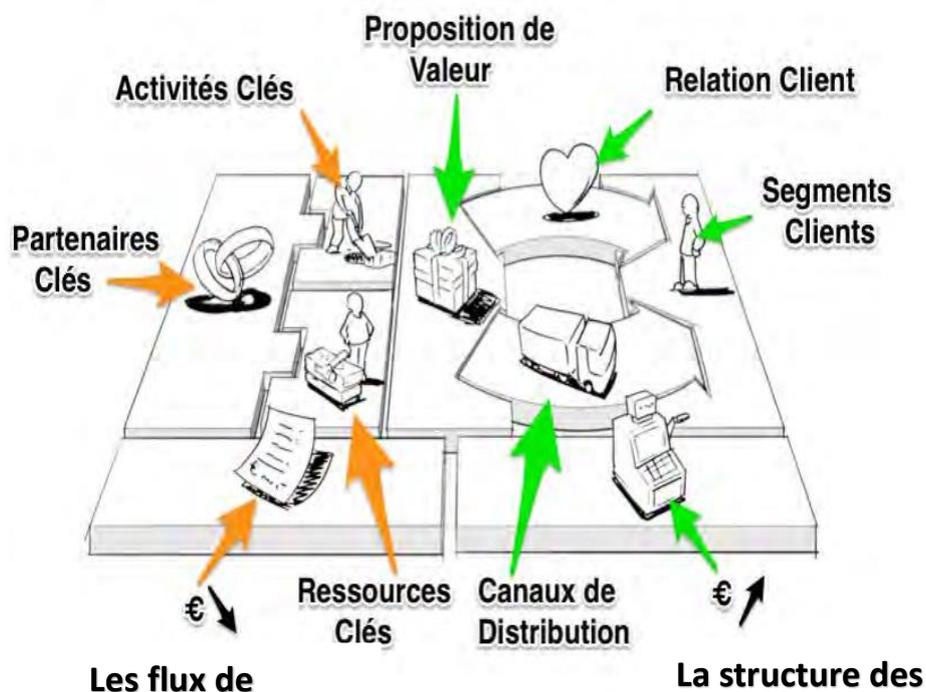
2) Comment faire votre propre business model Canvas ?

- Concevoir un business model implique un questionnement organisé avec des étapes et un ordre à respecter.

Pour partager une compréhension commune des notions sous-jacentes au business model, nous allons nous appuyer sur la boîte à outils proposé par Alexander Osterwalder et Yves Pigneur.

- Cet outil propose une liste des questions se poser tout au long de l'élaboration du projet.
- Ces questions sont regroupées en (9) neuf blocs correspondant aux neuf invariants de l'activité de toute entreprise.

Le **business model Canvas** est composé de **9 éléments** sont :



Les questions proposées sont les suivantes :

- ☞ En quoi consistera cette nouvelle activité ?
- ☞ Que propose -t- elle a ses clients, en termes de produits ou services aux combinaisons des deux ?
- ☞ Qui les clients, comment peut-on caractériser leurs besoins et leurs attentes ?
- ☞ Quels types de relations avons-nous, où allons-nous établir, avec ces clients dans la durée ?
- ☞ Par quels moyens atteignons-nous ces clients, soit pour leur délivrer nos produits au services, soit dans le cadre de la relation client que nous développons (ou allons développer) avec eux ?

Chapitre05 : Passé a l'action (BMC)

- ☞ *Quelle sont les activités principales qui vont nous permettre de réaliser notre offre ou de développer la relation client ?*
- ☞ *Quelle sont nos ressources clés pour y parvenir ?*
- ☞ *Avons-nous des partenaires et, si oui pour réaliser quelles activités ?*
- ☞ *Quels sont nos couts, comment s'organisent-ils, quelle sont les composantes ?*
- ☞ *Quelles sont les différentes formes possibles de nos revenus dans cette activité ?*

3) A quoi correspondent les 9 éléments du business model Canvas ?

La proposition de valeur : *il s'agit de présenter la valeur ajoutée que votre offre apporte aux clients.*

Identifier et définir clairement ce qui rend votre produit ou service attrayant pour vos clients

Quelle solution apportez-vous à un client pour résoudre l'un de ses problèmes ou satisfaire l'un de ses besoins ? Pourquoi un client doit-il choisir votre offre plutôt que celle de vos concurrents ?

Quels problèmes résolvez-vous ou quels besoins comblez-vous ?

Les segments clients : *Les clients sont au cœur de votre projet de création d'entreprise. Vous devez déterminer précisément quelle est la clientèle que vous ciblez. En présence de plusieurs typologies de clients, il faut les identifier une par une. Identifiez les différents groupes de clients auxquels votre produit ou service est destiné. Qui sont-ils ? Quelles sont leurs caractéristiques et leurs attentes ?*

Les canaux de distribution : *Pour faire connaître votre offre et distribuer vos produits ou services, vous allez utiliser des canaux de communication et de distribution. Il s'agit d'expliquer comment vos clients vont entrer en contact avec votre offre.*

Réfléchissez aux différents moyens par lesquels vous allez atteindre vos clients et leur fournir votre produit ou service. Quels canaux utiliser pour distribuer votre offre ?

Relation client : *Dans cette partie, il s'agit d'indiquer quelles sont les relations que vous allez établir avec vos clients, au-delà de la vente : le SAV, la fidélisation, leur intégration dans votre communauté...*

Pensez aux types de relations que vous souhaitez établir avec vos clients pour les fidéliser et les satisfaire. Comment allez-vous interagir avec eux ?

Chapitre05 : Passé a l'action (BMC)

Les flux de revenus : Ce dernier élément recense tous les flux d'entrée d'argent générés par votre activité et précise leurs caractéristiques, pour chaque typologie de clients : les prix, le type de flux (ponctuel ou récurrent), les modalités de paiement (quand et par quels moyens ?)

Identifiez les différentes sources de revenus qui seront générées grâce à vos segments de clientèle. Comment allez-vous monétiser votre proposition de valeur ?

Les ressources clés : Pour faire fonctionner votre activité, vous avez besoin de ressources. Ces ressources clés sont indispensables pour l'entreprise, elles doivent être identifiées.

Identifiez les ressources nécessaires pour offrir votre proposition de valeur et exploiter votre entreprise. Quels sont les actifs fondamentaux dont vous avez besoin ?

Par exemple :

- Pour un projet de boulangerie, le local, le matériel de fabrication (pétrin, chambre de fermentation, four...), l'espace de vente et les moyens humains sont des ressources clés.
- Pour un projet e-commerce, le site internet ou l'application, la base de données, le local de stockage, les moyens humains et les moyens financiers pour faire de la publicité sont des ressources clés.

Les activités clés : Cet élément correspond aux activités qui sont essentielles au fonctionnement de l'entreprise. Sans les exercer, votre entreprise ne peut pas fonctionner.

Identifiez les partenariats ou les alliances stratégiques qui peuvent aider votre entreprise à optimiser ses activités et sa proposition de valeur. Par exemple :

- Pour un projet consistant en l'ouverture d'une boulangerie, il est nécessaire de fabriquer le pain. Sans la fabrication, il est impossible d'exercer l'activité.
- Pour un projet e-commerce, la véritable activité consiste à gérer un site web ou une application, ainsi que la logistique.

Les partenaires clés : Une entreprise a besoin de partenaires pour fonctionner. Il peut s'agir de fournisseurs, de partenaires financiers, d'experts, de sous-traitants... Votre business model canvas mentionne vos partenaires clés car ils occupent une place importante pour votre entreprise. Un bon réseau de partenaires peut constituer, à lui seul, un avantage concurrentiel.

Décrivez les activités essentielles que votre entreprise doit entreprendre pour offrir sa proposition de valeur et réaliser des revenus. Par exemple :

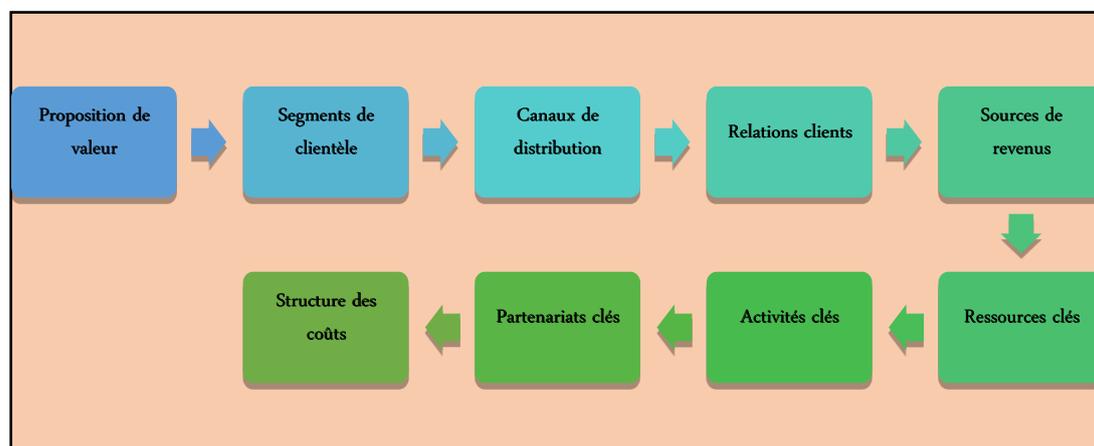
Chapitre05 : Passé a l'action (BMC)

- Pour un projet de boulangerie, les fournisseurs de matières premières sont des partenaires clés.
- Pour un projet e-commerce, les producteurs des produits vendus, les transporteurs, l'agence web chargé de la conception du site et l'hébergeur sont des partenaires clés.

La structure de coûts : Pour exercer votre activité, vous aurez des coûts. Il est nécessaire d'identifier quels seront les principaux coûts supportés par l'entreprise et quelles sont les activités les plus coûteuses. Identifiez et évaluez tous les coûts associés à chaque aspect de votre modèle d'affaires. Quels sont les coûts fixes et variables à prendre en compte ?

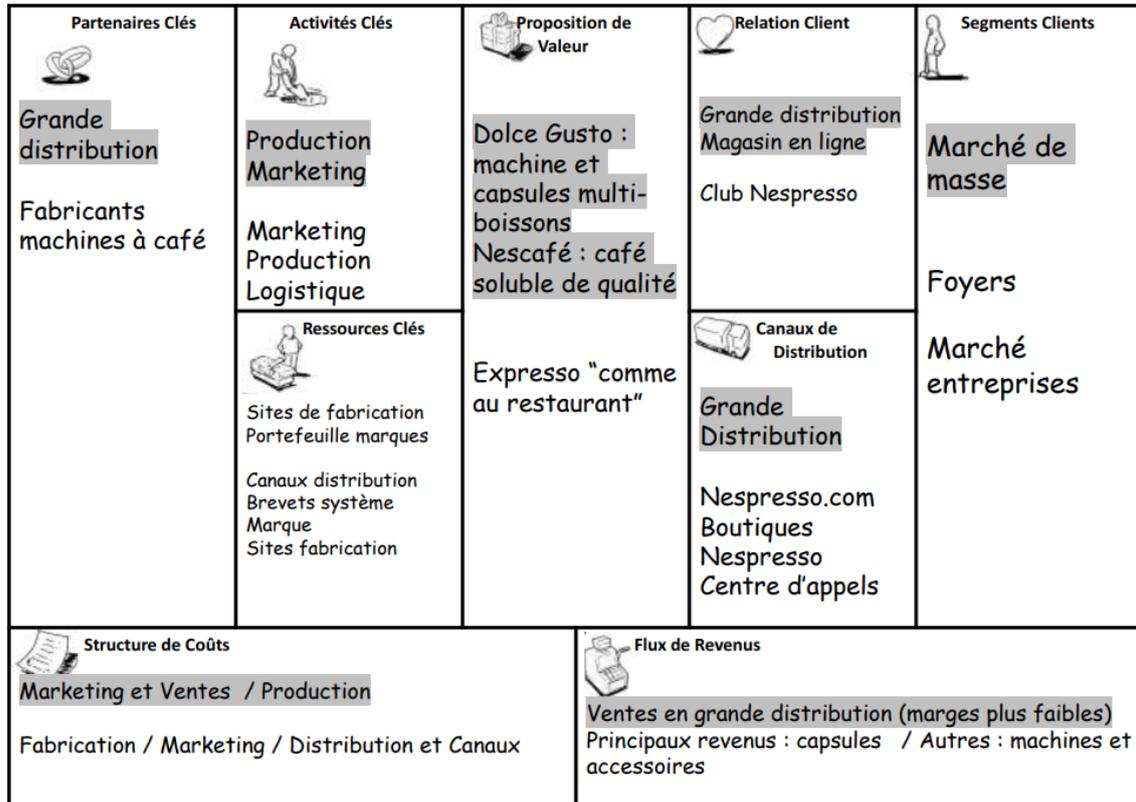
4) Nos conseils pour construire votre business model Canvas

- ☞ La construction de votre business model Canvas est une démarche qui a vocation à être réalisée en équipe puis à être confrontée aux avis de personnes extérieures au projet. Il n'y a aucun intérêt d'élaborer un business model Canvas seul et sans le partager avec des tiers.
- ☞ Pour avancer dans votre démarche, vous devez vous constituer une équipe composée de personnes aux profils variés.
- ☞ Pour compléter votre business model Canvas, vous devez éviter les textes longs.
- ☞ Soyez concis et précis.
- ☞ Le tableau doit tenir sur une seule page.
- ☞ Si vous avez besoin d'apporter des détails sur certains sujets, vous pourrez les insérer dans la partie adéquate de votre business plan
- ☞ Pour remplir le Business Model Canvas (BMC), voici un ordre suggéré qui pourrait être utile :



Chapitre05 : Passé a l'action (BMC)

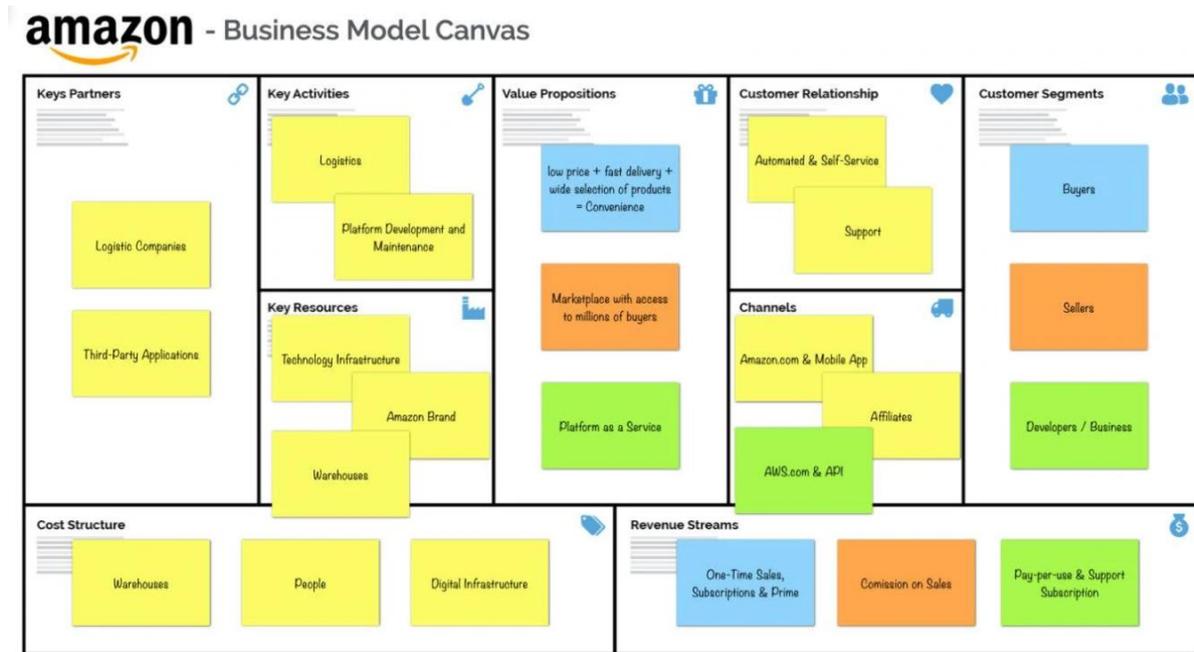
5) Exemple de model Canvas



TESLA - Business Model Canvas



Chapitre05 : Passé a l'action (BMC)



6) Conclusion :

Quelle que soit l'excellence de l'outil, le résultat final dépendra d'abord et avant tout de son utilisation et de son utilisateur :

De ses connaissances du domaine d'activité ciblé et de l'écosystème dans lesquels l'activité va s'insérer

De sa créativité et de son ouverture d'esprit

De ses valeurs

De sa vision de ce que doit être l'entreprise, comment elle va grandir et occuper sa place dans son écosystème

De son ambition.