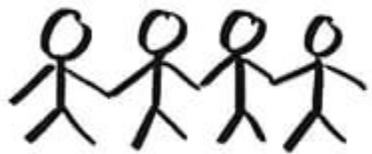


*APPLICATION À LA
GESTION ET LA CRÉATION
DES ENTREPRISES*

Par: Benyahia Chahrazed



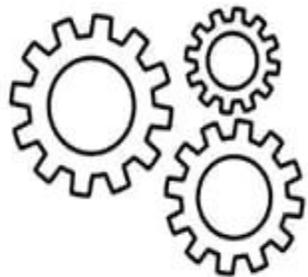
teamwork

growth

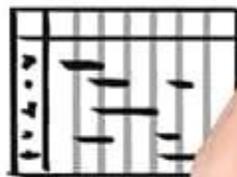
plan



vision



process



Business

revenue



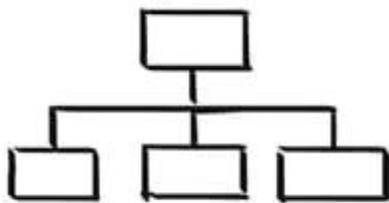
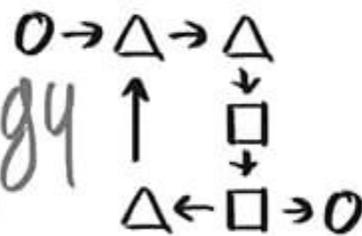
development



people

Model

strategy



finance \$ €

£ ¥



partner

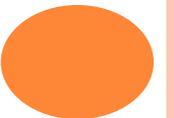


QU'EST-CE QU'UN BUSINESS MODEL ?

- À travers le business model, l'entrepreneur présente le modèle économique qu'il a décidé de suivre pour transformer son idée de départ en entreprise aboutie.
- C'est la structure financière de l'entreprise. Intégré au business plan, il prend en compte de nombreux éléments tels que les produits et services vendus, leurs prix, les cibles...
- Le business model doit être cohérent avec le projet, viable et rentable.



- Pour avoir un bon **business model**, vous devez tout d'abord savoir dans quel contexte vous lancerez votre entreprise (marché, tendances, contraintes...).
- Cela est nécessaire pour confirmer la mission que vous vous donnez à travers votre projet, pour en déduire son devenir et pour fixer la stratégie générale à adopter.
- Alors, vous pourrez définir le business model qui servira cette stratégie dans le cadre de votre vision entrepreneuriale.



QUEL EST L'OBJECTIF D'UN BUSINESS MODEL ?

- Intégré au business plan, le business model décrit le modèle économique de l'entreprise et explique comment elle compte gagner de l'argent.
- Il définit les moyens qui seront mis en œuvre pour générer du profit et précise qui seront ses clients, quelle sera la stratégie de vente employée et quels bénéfices seront générés.
- Le business model vient valider l'intérêt économique d'une idée d'entreprise.
- Il identifie l'équilibre qui existe entre les opportunités rencontrées par l'entreprise et les contraintes aux quelles elle doit faire face.
- Pour qu'un business model soit pertinent, il doit être rentable, ce dont l'entrepreneur pourra s'assurer grâce au prévisionnel financier.



- À identifier le contexte dans lequel vous allez créer votre entreprise ;
- À définir la mission que vous voulez lui assigner (pourquoi l'entreprise existera) ;
- À définir la vision que vous en avez (ce que vous voulez que l'entreprise devienne) ;
- À définir la stratégie à mettre en place (où vous voulez arriver et comment) ;
- Et enfin à définir le business model à mettre en œuvre.



QUE DOIT CONTENIR LA PARTIE RÉDIGÉE DU BUSINESS PLAN ?

OPPORTUNITÉ

- 1) CHIFFRES DU MARCHÉ
- 2) TENDANCES DU SECTEUR
- 3) FACTEURS DE SUCCÈS

LE PROJET

- 1) PRÉSENTATION
- 2) PROPOSITION DE VALEUR
- 3) LE PORTEUR DE PROJET

ÉTUDE DE MARCHÉ

- 1) LES SEGMENTS DE MARCHÉ
- 2) LA MATRICE SWOT
- 3) ANALYSE DES CONCURRENTS
- 4) LES AVANTAGES CONCURRENTIELS

LA STRATÉGIE

- 1) LE PLAN D'ACTION
- 2) LE BUSINESS MODEL CANVAS
- 3) LA STRATÉGIE MARKETING
- 4) GESTION DES RISQUES
- 5) POURQUOI LE PROJET EST VIABLE

CONCLUSIONS DU PRÉVISIONNEL FINANCIER

- 1) HYPOTHÈSES DE REVENU
- 2) COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL
- 3) BILAN PRÉVISIONNEL
- 4) BUDGET DE TRÉSORERIE PRÉVISIONNEL
- 5) INDICATEURS DE PERFORMANCE
- 6) CALCUL ET ANALYSE DU BFR
- 7) PLAN DE FINANCEMENT
- 8) INVESTISSEMENTS DE DÉPART

○ **DES CHIFFRES SUR VOTRE MARCHÉ**

- Lorsqu'on débute un business plan, il faut mentionner des chiffres et des données en rapport avec le marché sur lequel vous allez commercialiser votre produit ou votre service.

Par exemple, le lecteur du business plan voudra connaître la taille du marché, le nombre d'entreprises sur ce dernier, l'évolution d'année en année, le budget moyen des clients de ce marché etc.

Il faut aussi prouver que c'est un marché dynamique et en croissance.



- **UNE ANALYSE DES DERNIÈRES TENDANCES DU SECTEUR**
- Ensuite, il faut identifier les dernières tendances et innovations en rapport avec l'activité et montrer comment ces dernières constituent des opportunités pour votre projet.

Présenter ces récents (et futurs) changements permet aussi de montrer au lecteur de votre business plan que vous avez conscience des mutations économiques et sociales.

Cela prouve également que vous allez les considérer afin de commercialiser une offre qui réponde aux tendances du moment (et des années à venir).



LES TENDANCES

Quelles sont les tendances que l'on observe sur le marché immobilier ?

DIGITAL

Les annonces immobilières digitales sont de plus en plus consultées et deviennent l'outil majeur pour la phase de prospection.

ÉQUILIBRE

Suite aux confinements, on observe un rééquilibrage des prix entre les grandes villes et leurs campagnes avoisinantes.

INVESTISSEMENT

La baisse constante des retraites pousse les individus à se tourner vers les revenus immobiliers comme sources complémentaires.

RÉALITÉ VIRTUELLE

Il est maintenant possible de visiter un logement, en 3D et à 360 degrés, sans bouger de chez soi, grâce à un casque de réalité virtuelle.

TAUX DE CRÉDIT

Les plans de relance permettent aux établissements de crédit de continuer à proposer des taux faibles pour les emprunteurs.

TÉLÉTRAVAIL

Le facteur télétravail s'inscrit comme un véritable levier de changement de la demande, que ce soit pour l'achat ou pour la location.

ESPACES

Les français ont envie de balcons et de grands espaces extérieurs. Cette tendance a été accentuée par les mesures de confinements.

DEMANDE

Les locataires demandent des logements modernes, connectés et avec un mode de fonctionnement en accord avec la transition écologique.

- **UNE IDENTIFICATION DES FACTEURS DE SUCCÈS**
- Dans cette partie, vous identifiez les critères sur lesquels doit travailler une entreprise comme la vôtre pour réussir.

Par exemple, si vous voulez ouvrir une épicerie, vous devez identifier et lister les critères qui poussent les consommateurs à acheter leurs produits du quotidien dans un commerce de proximité en particulier :

- l'emplacement du commerce
- le nombre de références produits
- l'ambiance générale
- la présence d'une boutique en ligne (avec un système de click-and-collect)
- le temps d'attente aux caisses
- la présence d'un parking à proximité
- les prix pratiqués
- le taux de rotation des produits
- etc.



- **UNE PRÉSENTATION DE VOTRE PROJET**

- Vous présentez ici les caractéristiques principales de votre projet d'entreprise, mais également votre vision pour le futur.

- **VOTRE PROPOSITION DE VALEUR**

- La proposition de valeur constitue la valeur que vous créez pour votre marché cible. Vous pouvez voir un exemple ci-dessous.



NOTRE PROPOSITION DE VALEUR



Respect des délais de livraison



Un seul interlocuteur pour coordonner
l'ensemble des installations



Une prestation sur mesure

- **UNE PRÉSENTATION DU PORTEUR DE PROJET**
- C'est la partie dans laquelle le fondateur se présente. Il doit ici mettre en valeur ses compétences et ses formations qui l'aideront à développer son entreprise.
- **UNE IDENTIFICATION DES SEGMENTS DE MARCHÉ**
- Les segments de marché sont les différents groupes de personnes (homogènes) auxquels votre produit ou votre service s'adresse.

Pour le lecteur du business plan, il est essentiel de comprendre à qui votre produit ou service s'adresse. Ainsi, il pourra juger de la bonne adéquation entre l'offre et son marché.



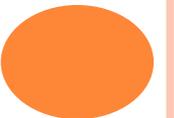
- **UNE MATRICE SWOT**

- La matrice ou analyse SWOT est un outil qui est utilisé pour analyser les forces et les faiblesses de votre entreprise par rapport à ses concurrents.

Également, elle est utilisée pour identifier les opportunités et les menaces qui peuvent venir accélérer ou freiner le développement de votre entreprise.

- **UNE ANALYSE DES CONCURRENTS**

- Une étude de la concurrence permet de présenter, sous forme de synthèse, qui sont vos concurrents mais également quels sont leurs points forts et leurs points faibles.



NOTRE OFFRE VS LA CONCURRENCE

Notre entreprise semble être la mieux positionnée pour capturer des parts sur ce marché

DIMENSIONS	Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3	Notre entreprise
Produits Est-ce que l'entreprise propose des produits naturels et majoritairement biologiques ?	Non	Non	Non	Oui
Marque Est-ce que l'entreprise a développé sa propre marque CBD ?	Non	Non	Non	Oui
Social Est-ce que l'entreprise possède une communauté active sur les réseaux sociaux ?	Non	Non	Non	Oui
E-Commerce Est-ce que l'entreprise dispose d'une boutique en ligne ?	Non	Non	Non	Oui
Présence sur internet Est-ce que la structure est bien référencée sur les moteurs de recherche ?	Non	Non	Non	Oui

- **DES AVANTAGES CONCURRENTIELS**

- Un avantage concurrentiel est un facteur sur lequel vous pouvez vous distinguer de la concurrence. C'est un atout que vous avez et que vos concurrents ne possèdent pas.

- **UN PLAN DE DÉVELOPPEMENT**

- C'est la succession des initiatives (et des étapes) que vous allez prendre pour que votre entreprise devienne rentable et continue d'augmenter son chiffre d'affaires.

Cela permet au lecteur du business plan de comprendre vos objectifs.

Généralement, dans un business plan, un plan de développement se comprend sur 3 ans.



PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Nous avons élaboré un plan d'actions sur trois années, comprenant plusieurs étapes

ANNÉE 1

- Rédaction et élaboration du business plan
- Recherche de partenaires financiers
- Ouverture du cabinet avec une première séance offerte
- Développement d'un site web et publication de contenu
- Mise en place d'une stratégie sur les réseaux sociaux

ANNÉE 2

- Travail de référencement auprès des moteurs de recherche (SEO)
- Investissements massifs en SEA (Google Ads et Facebook Ads) pour attirer de nouveaux clients
- Politique de fidélisation de la clientèle
- Partenariat avec d'autres professionnels des médecines douces

ANNÉE 3

- Étude de marché afin d'ouvrir un deuxième cabinet (avec embauche d'un gérant)
- Mise en place d'un nouveau budget prévisionnel afin de développer la potentielle structure
- Nouvelle vague de recrutements

- **UN BUSINESS MODEL CANVAS**

- Comme expliqué plus haut, le Business Model Canvas est un excellent outil pour aider le lecteur de votre business plan à comprendre votre modèle commercial, de manière simple et structurée.



○ Le business model Canvas

- Le business model canvas est un outil qui marque l'aboutissement de toute la réflexion que vous avez menée jusque-là pour faire avancer votre projet et pour transformer votre idée de départ en entreprise proposant de la valeur ajoutée.
- Il vous permet de formaliser votre business model de manière simple et claire.
- Nous avons choisi d'étudier avec vous le business model canvas d'Alexander Osterwalder, très simple à utiliser.
- En neuf points, brossez le portrait du modèle économique de votre entreprise !



- Le Business Model Canvas permettra au lecteur de votre business plan d'obtenir des informations. Sur les clients que vous servez, sur la proposition de valeur de votre entreprise, sur ses activités clés, sa stratégie de distribution ou encore sur la manière dont elle gagne de l'argent.

Enfin, rendons hommage à son auteur : le Business Model Canvas a été créé par Alexander Osterwalder, de Strategyzer. On vous explique maintenant toutes les parties du Business Model Canvas en détail, afin que vous puissiez facilement rédiger le vôtre dans votre business plan.



QUELLES DIFFÉRENCES ENTRE UN BUSINESS PLAN ET UN BUSINESS MODEL CANVAS ?

- Un Business Model Canvas, ou un "canevas du modèle économique" en français, est un outil que l'on utilise pour schématiser le fonctionnement d'une entreprise.

Le Business Model Canvas fait partie du business plan. Tous nos business plans contiennent des Business Model Canvas

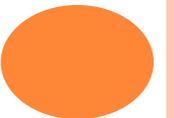


QUELLE PRÉSENTATION POUR LE BUSINESS MODEL ?

- La présentation d'un business model est différente selon la typologie de projet et son stade d'avancement, mais également en fonction du type d'interlocuteur auquel elle s'adresse.
- Elle prend généralement la forme d'un texte ponctué de schémas et de graphiques.
- Une présentation claire et agréable est essentielle pour convaincre des partenaires.
- Le porteur de projet peut également réaliser un Business Model Canvas.
- Cet outil lui permet de formaliser son business model simplement au travers d'un tableau synthétique faisant apparaître les 9 points clés que sont :



- 1- La proposition de valeur.
- 2- La segmentation clients.
- 3- Les canaux de distribution.
- 4- La relation client.
- 5- Les sources de revenus.
- 6- Les ressources clés.
- 7- Les partenaires clés.
- 7- Les activités principales.
- 9- La structure des coûts



BUSINESS MODEL CANVAS

La synthèse de notre Business Model

PARTENAIRES	ACTIVITÉS CLÉS	PROPOSITION DE VALEUR	RELATION CLIENTS	SEGMENTS DE MARCHÉ
	RESSOURCES CLÉS		DISTRIBUTION	
STRUCTURE DE COÛTS			SOURCES DE REVENU ET MODÈLE DE PRICING	

BUSINESS MODEL CANVAS

Pour une agence de production audiovisuelle

M ODELESDE
BUSINESSPLAN.COM

PARTENAIRES

Agences de communication

Collectivités locales

Gérant de commerces

Prestataires de service

Entreprises du marché

ACTIVITÉS CLÉS

Tout type de prestation audiovisuelle

RESSOURCES CLÉS

Employés
Matériel et équipement
Technologie

PROPOSITION DE VALEUR

Des prestations qui reflètent votre identité. Une offre personnalisée et sur-mesure. Des prix et tarifs en dessous du marché.

RELATION CLIENTS

Réseaux sociaux
Face à face
Service clientèle
Blog

DISTRIBUTION

Production à l'extérieur, en agence et sur plateau

SEGMENTS DE MARCHÉ

Particuliers

Entreprises

Institutions

M ODELESDE
BUSINESSPLAN.COM

STRUCTURE DE COÛTS

Paiement des licences et des logiciels

Dépenses administratives classiques

Salaires et cotisations sociales

Marketing et communication

Achat et entretien du matériel et des fournitures

SOURCES DE REVENU ET MODÈLE DE PRICING

Prestations sur toute la chaîne de production audiovisuelle

Devis et tarification en fonction des besoins du client

M ODELESDE
BUSINESSPLAN.COM



BUSINESS MODEL CANVAS

Comment nous allons générer du revenu et du profit



○ LA PROPOSITION DE VALEUR DANS LE BUSINESS MODEL CANVAS

- Pourquoi la proposition de valeur est importante ? La proposition de valeur est fondamentale pour toute entreprise. C'est en effet le concept fondamental de l'échange de valeur entre votre entreprise et vos clients. Généralement, la valeur que perçoit un client est échangée contre de l'argent.

En règle générale, de la valeur est créée lorsqu'un problème est résolu. Pour définir votre proposition de valeur, voici les questions qu'il faut vous poser : quel est le problème que je résous ? Qui rencontre ce problème ? Quelles sont les autres solutions pour résoudre ce problème ?

Comment trouver le problème que votre entreprise peut solutionner ? Une bonne façon d'aborder ce point, c'est d'examiner vos segments de marché puis de déterminer si votre offre résout un problème, en fonction de la hiérarchie des besoins. Également, si vous vendez votre produit ou service à une autre entreprise, vous êtes un partenaire clé dans la réalisation de leur proposition de valeur pour leurs clients.



- **DES EXEMPLES DE PROPOSITION DE VALEUR DANS UN BUSINESS MODEL CANVAS**
- Voici des exemples de proposition de valeur pour un Business Model Canvas :
 - "une application mobile gratuite pour vous aider à maigrir"
 - "une agence de location de voitures qui vous permet de payer en 5 fois"
 - "un décorateur d'intérieur qui vous accompagne de A à Z"
 - "une marketplace qui vous aide à trouver un déménageur près de chez vous"



○ LES SEGMENTS DE MARCHÉ

- À quoi correspond la partie "segments de marché" du canevas ? La segmentation de marché est la pratique consistant à diviser une base de clients en groupes d'individus qui se ressemblent. Les critères sont spécifiques, tels que l'âge, le sexe, les intérêts et les habitudes de dépenses. Cela s'appelle segmenter sa clientèle. Identifier ses segments de marché est une étape essentielle pour savoir comment faire un business plan.

Comment déterminer les segments de marché d'une entreprise ? Voici les questions à se poser : est-ce que je m'adresse à des personnes ou à des structures ? Les deux ? Qui va acheter mon produit ou mon service ? Ma proposition de valeur séduit-elle les hommes, les femmes ou les deux genres ? Cela plaît-il aux jeunes adultes de 20 à 30 ans ou plutôt aux adolescents ? Quelles sont les caractéristiques des personnes qui rencontrent le problème que je veux solutionner ?



- Également, il faudra essayer d'analyser la taille de votre marché. C'est généralement le nombre de personnes présentes dans chaque segment de marché. Cela vous aidera à comprendre votre marché d'un point de vue micro et macroéconomique.



- **DES EXEMPLES DE SEGMENTS DE MARCHÉ DANS UN BUSINESS MODEL CANVAS**
- Voici des exemples de segments de marché du Business Model Canvas :
 - les personnes âgées
 - les étudiants
 - les entreprises de moins de 50 employés
 - les startups sur le secteur des cryptomonnaies
 - les collectivités territoriales
 - les restaurants
 - les mères de familles nombreuses



BUSINESS MODEL CANVAS

Pour un consultant indépendant

M ODELESDE
BUSINESSPLAN.COM

PARTENAIRES

Directeur des ressources humaines

Responsables de département dans les entreprises

Chefs d'entreprises

Agences marketing

ACTIVITÉS CLÉS

Vente de prestations de conseil

RESSOURCES CLÉS

Employés
Réseau de partenaires

PROPOSITION DE VALEUR

Un accompagnement complet. Des solutions innovantes. Des missions axées sur la performance.

RELATION CLIENTS

Réseaux Sociaux
Face à Face
Blog
Téléphone et emails

DISTRIBUTION

En ligne
Dans les entreprises
Au cabinet

SEGMENTS DE MARCHÉ

Startup

PME

Corporate

M ODELESDE
BUSINESSPLAN.COM

STRUCTURE DE COÛTS

Matériel informatique
Dépenses administratives classiques
Marketing et communication

SOURCES DE REVENU ET MODÈLE DE PRICING

Vente de prestations de conseil, sur devis

M ODELESDE
BUSINESSPLAN.COM

○ **LES RELATIONS CLIENTS**

- Nous connaissons donc notre proposition de valeur et avons développé des personnes pour mieux comprendre nos segments de marché. Maintenant, il faut construire des relations.

À quoi correspond la partie "relations clients" du canevas ? Pour cela il faut se demander quelle est la relation que nous entretenons avec nos clients. Les relations avec la clientèle sont définies comme la façon dont une entreprise interagit avec ses clients. Les rencontrez-vous en personne (comme un restaurant) ? Les contactez-vous par téléphone ? Ou bien, votre entreprise est-elle principalement gérée en ligne, de sorte que la relation sera également en ligne (comme dans le cas d'un projet eCommerce) ?



- Une étape très utile consiste à créer un parcours utilisateur. C'est la façon dont vos clients interagissent avec votre entreprise. Cela permet de clarifier les points d'interaction entre votre entreprise et votre client : de la prospection à la vente. Cela vous aidera également à commencer à définir vos opérations et à identifier les opportunités d'automatisation.



- **DES EXEMPLES DE RELATIONS CLIENTS DANS UN BUSINESS MODEL CANVAS**

- Voici des exemples de relations clients pour le Business Model Canvas :
 - les réseaux sociaux
 - le face-à-face
 - les e-mails
 - le téléphone
 - une plateforme e-commerce
 - des événements
 - un blog
 - des visioconférences



- **LA PARTIE "DISTRIBUTION" DU BUSINESS MODEL CANVAS**

- À quoi correspond la partie "distribution" du canevas ? La distribution sont les voies par lesquelles vous distribuez votre produit ou votre service. C'est aussi la façon dont votre client entre en contact avec votre entreprise (e-mail, rencontre physique, via un partenaire etc) et fait partie de votre cycle de vente.

Les bonnes questions à se poser pour définir sa stratégie de distribution sont les suivantes : comment allons-nous informer notre marché de notre proposition de valeur ? Où sont nos clients ? Sont-ils sur les réseaux sociaux ? Que font-ils de leurs journées ?



○ **DES EXEMPLES DE DISTRIBUTION DANS UN BUSINESS MODEL CANVAS**

- Voici des exemples de distribution pour le Business Model Canvas :
 - en ligne
 - en agence
 - sur place
 - click-and-collect
 - canal e-commerce
 - par l'intermédiaire de boutiques partenaires
 - marketplace
 - apporteurs d'affaire



○ **LES ACTIVITÉS CLÉS**

- Les activités clés sont celles qui sont les plus importantes dans l'exécution de la proposition de valeur d'une entreprise.

Les activités clés sont fortement liées aux partenaires clés et aux ressources clés. En effet, ces partenaires clés vont vous aider.

Également, elles nécessitent l'utilisation de ressources (clés).

Par exemple, une parfumerie, pour vendre des coffrets, va s'appuyer sur des parfums et des crèmes (ressources clés) qui ont été, au préalable, conçus par des fabricants de parfum (partenaires clés).



- **DES EXEMPLES D'ACTIVITÉS CLÉS DANS UN BUSINESS MODEL CANVAS**

- Voici des exemples d'activités clés pour le Business Model Canvas :

- collecte de données
- paiement des prestataires
- préparation de plats
- prestation de conseil
- vente de produit
- production de contenu
- location d'appartement
- mise en relation



- **LES RESSOURCES CLÉS DU BUSINESS MODEL CANVAS**

- Ensuite, vous devez réfléchir aux ressources pratiques nécessaires pour réaliser les activités (actions) clés de l'entreprise.

À quoi correspond la partie "ressources clés" du Business Model Canvas ? Elles sont généralement de 4 types : physiques, intellectuelles, humaines ou financières. Par exemple, une trésorerie disponible importante est une ressource financière non négligeable pour une entreprise. Les données clients sont des ressources intellectuelles.



- **DES EXEMPLES DE RESSOURCES CLÉS DANS UN BUSINESS MODEL CANVAS**
- Voici des exemples de ressources clés pour le Business Model Canvas :
 - un véhicule (ressource physique)
 - de l'outillage (ressource physique)
 - un ordinateur (ressource physique)
 - un brevet (ressource intellectuelle)
 - des employés (ressource humaine)
 - une technologie (ressource intellectuelle)
 - une plateforme virtuelle (ressource intellectuelle)
 - des actions et des dividendes (ressource financière)



BUSINESS MODEL CANVAS

Pour une épicerie

M ODELESE
BUSINESSPLAN.COM

PARTENAIRES

Fournisseurs de produits

Shopify

Collectivités locales

Gérant de commerces aux alentours

Prestataires de service

ACTIVITÉS CLÉS

Vente de produits (commerce de proximité)

RESSOURCES CLÉS

Employés
Stock de produit
Site e-commerce

PROPOSITION DE VALEUR

Une épicerie idéalement située, ouverte le week-end et avec un épicier prêt à vous servir et à vous conseiller.

RELATION CLIENTS

Réseaux Sociaux
Face à Face
Service clientèle
Site e-commerce

DISTRIBUTION

Sur Place
Livraisons
Vente en ligne
Click-and-Collect

SEGMENTS DE MARCHÉ

Étudiants

Cadres

Familles

STRUCTURE DE COÛTS

Mobilier, décoration, travaux et aménagement

Gestion des stocks

Dépenses administratives classiques

Salaires et cotisations

Marketing et communication

SOURCES DE REVENU ET MODÈLE DE PRICING

Vente de produits d'épicerie, avec tarif unique

M ODELESE
BUSINESSPLAN.COM

- **LES PARTENAIRES CLÉS DANS LE BUSINESS MODEL CANVAS**

- À quoi correspondent les "partenaires clés" du canevas ? Les partenaires clés sont ces personnes et structures qui vous aideront à développer votre entreprise.

Ce sont des sociétés, fournisseurs ou parties externes dont vous pourriez avoir besoin pour réaliser vos activités clés et apporter de la valeur au client.

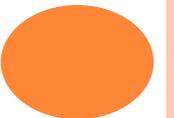
La question principale à se poser est "si mon entreprise ne peut pas réaliser seule la proposition de valeur, sur qui dois-je compter pour le faire?".

Par exemple, si vous vendez un produit transformé (dans le cadre d'un restaurant par exemple), vous aurez besoin d'un fournisseur de matières premières. Si vous développez une marketplace, vous aurez alors besoin d'une équipe de développeurs.



○ **DES EXEMPLES DE PARTENAIRES CLÉS DANS UN BUSINESS MODEL CANVAS**

- Voici des exemples de de partenaires clés pour le Business Model Canvas :
 - des agences marketing
 - des collectivités locales
 - des agences immobilières
 - des propriétaires d'immeubles
 - des apporteurs d'affaires
 - des influenceurs
 - des producteurs de matières premières
 - des hommes politiques
 - des incubateurs



○ LA STRUCTURE DES COÛTS DU CANEVAS

- Comment expliquer la structure de coûts d'une entreprise ?
Ce sont les postes dans lesquels vous allez dépenser.
Combien cela coûte-t-il pour réaliser les activités clés de mon entreprise ? Quels sont les coûts de mes ressources et de mes partenariats clés ? Y a-t-il des coûts supplémentaires pour gérer mon entreprise ? Quid de l'accompagnement juridique et comptable ? Des assurances ?

C'est là qu'on regroupe les principales dépenses de l'entreprise. Avec les revenus, ces coûts sont la deuxième face de votre modèle économique.

En réalité, il y a deux types de coûts : les coûts variables, et ceux qui sont fixes.

Les changements dans les volumes de production n'ont pas d'incidence directe sur le montant des coûts fixes. On y retrouve, par exemple, le loyer, les assurances et les salaires. Les coûts variables, eux, varient en fonction du volume de production. Dans le e-commerce, le coût pour le packaging des produits est un coût variable.



- **DES EXEMPLES DE STRUCTURE DE COÛTS DANS UN BUSINESS MODEL CANVAS**
- Voici des exemples de structure de coûts pour le Business Model Canvas :
 - dépenses administratives classiques
 - achat et aménagement d'un local
 - loyers et dépôt de garantie
 - marketing et communication
 - salaires et cotisations salariales
 - achat et entretien de matériel
 - commissions versées à un partenaire
 - abonnements à des logiciels SaaS

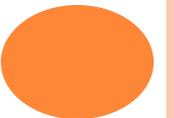


- **LES SOURCES DE REVENU ET LE MODÈLE DE PRICING**
- **COMMENT DÉFINIR LES SOURCES DE REVENU D'UNE ENTREPRISE ?**
- Les sources sont définies comme la manière dont votre entreprise va convertir votre proposition de valeur ou solution au problème du client en gain financier.
- **COMMENT DÉFINIR LE MODÈLE DE PRICING DU CANEVAS?**
- C'est la façon dont vous fixez vos prix. En effet, il est également important de comprendre la tarification de votre entreprise. Il existe de nombreuses politiques de tarification comme la vente de produits, les revenus d'affiliation, les dividendes, le freemium, les abonnements etc.



- **DES EXEMPLES DE SOURCES DE REVENUS ET DE MODÈLES DE PRICING POUR UN BUSINESS MODEL CANVAS**

- Voici des exemples de sources de revenus et modèles de pricing pour un Business Model Canvas :
 - commissions
 - abonnements
 - publicités
 - tarification sur devis
 - vente de produits
 - formules et menus



○ **UNE STRATÉGIE MARKETING**

- La stratégie marketing permet d'expliquer comment vous allez acquérir vos clients mais également les fidéliser sur le long-terme.

C'est une partie qui est malheureusement souvent négligée par les créateurs d'entreprise, qui estiment que le bouche-à-oreille sera suffisant.



LA STRATÉGIE MARKETING

Nos initiatives pour maximiser le nombre de téléchargements et favoriser la rétention de nos utilisateurs

FEEDBACK

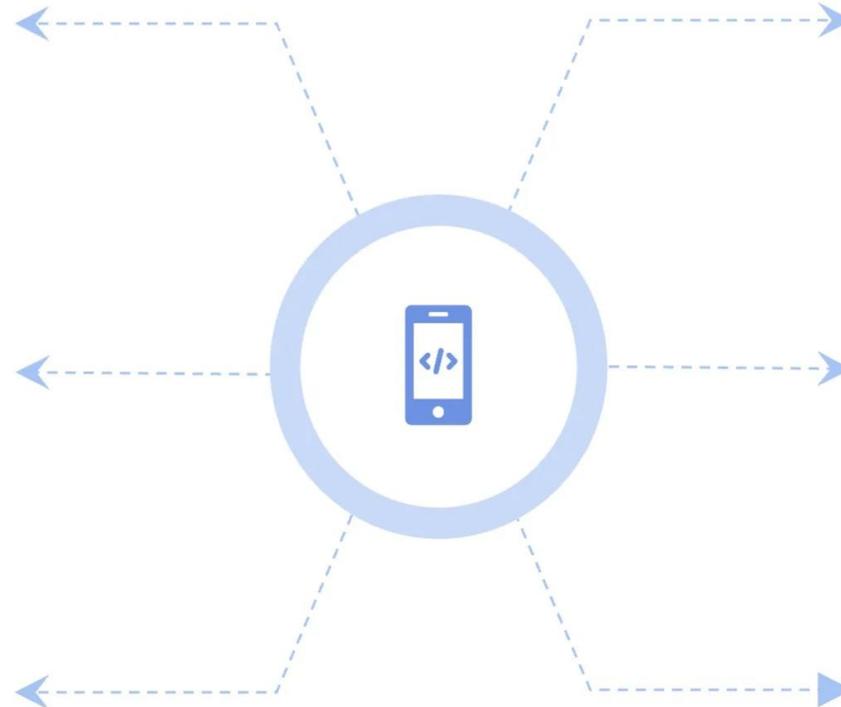
Nous allons constamment interroger nos premiers utilisateurs et intégrer toutes leurs remarques dans le développement de notre offre.

PARTENARIATS

Le porteur de projet dispose d'un réseau solide sur notre niche, notamment des influenceurs.

SEO

Nous allons travailler notre stratégie de référencement afin d'avoir du trafic organique sur notre site web.



PRICING

Nous allons structurer notre offre avec différentes formules, pour pouvoir toucher plusieurs types d'individus et de structures, avec chacun leur budget respectif.

MÉDIAS

Nous allons faire en sorte que le lancement de notre application soit annoncé sur les blogs spécialisés.

MARKETING DIGITAL

Nous utiliserons les réseaux sociaux (Instagram, Twitter et Facebook) ainsi que les outils Google Ads et Facebook Ads.

- **UNE POLITIQUE DE GESTION DES RISQUES**

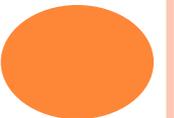
- Dans votre business plan, vous devez également expliquer quels sont les risques qui pourraient menacer le développement de votre activité. Bien entendu, vous présentez également des solutions pour mitiger l'impact de ces risques.

- **UNE SYNTHÈSE**

- Enfin, vous devez terminer votre présentation en expliquant, de façon percutante, pourquoi votre projet est solide et rentable.

- **DES ÉLÉMENTS FINANCIERS**

- Dans votre présentation, vous devez inclure une partie financière.



- **QUE DOIT CONTENIR LA PARTIE FINANCIÈRE DU BUSINESS PLAN ?**

- La partie financière du business plan se construit à l'aide de ce qu'on appelle un "prévisionnel financier", "plan financier", "business plan Excel" ou encore "business plan financier" (tous ces termes sont synonymes).

Nous proposons aussi des [modèles de prévisionnels financiers](#) (adaptés à chaque activité) pour construire la partie financière de votre business plan.

Nous vous présentons maintenant chaque catégorie de la partie financière du business plan.

Si vous souhaitez en savoir plus sur chaque catégorie, vous pouvez cliquer sur les liens correspondants.



- **VOS HYPOTHÈSES DE REVENU**

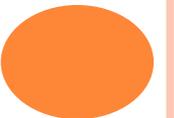
- Ce sont toutes les hypothèses qui vous permettront d'estimer le chiffre d'affaires, pour les trois prochaines années de votre entreprise.

- **UN COMPTE DE RÉSULTAT**

- Le compte de résultat est un tableau financier.

Il permet au lecteur d'analyser la performance de votre entreprise, en termes opérationnels et financiers, sur les 3 prochaines années.

Ce tableau permet également de savoir quand votre projet d'entreprise sera rentable, d'un point de vue opérationnel.



○ UN BILAN FINANCIER

- Le bilan prévisionnel est un tableau qui peut se comprendre comme une sorte de "photographie" de votre entreprise, à plusieurs moments donnés.

En lisant votre bilan prévisionnel, un partenaire financier peut voir comment vous allez financer votre future entreprise et quels seront ses actifs (soit, ce qu'elle possède) sur le long terme.



○ UN BUDGET DE TRÉSORERIE

- Le budget de trésorerie prévisionnel est un tableau qui permet de mieux comprendre les futurs flux de trésorerie de votre entreprise.

Il permet notamment d'analyser vos futurs encaissements (l'argent qui rentre dans votre entreprise) et vos décaissements (l'argent qui sort de votre entreprise).

Il permet aussi de constater l'évolution de la balance de trésorerie (soit l'argent que vous avez dans la caisse).

C'est un tableau essentiel pour savoir si votre entreprise va manquer d'argent ou non (ce qui est une information importante).



ENCAISSEMENTS

Chiffre d'affaires

Flux d'exploitation

Produits financiers

Flux de financement

Apports en capital

Apport en comptes courants associés

Prêts

Flux d'investissement**DÉCAISSEMENTS****Charges externes**

Achat + production + packaging

Coûts variables - Autres

Bien immobilier ou fonds de commerce

Terrains

Équipement

Matériel

Fournitures Administratives

Mobilier

Constructions, Travaux et Aménagements

Logiciels

Frais d'établissement

Dépôt de garantie

Premier stock de produits

Budget maintenance

Eau / Électricité / Internet / Téléphonie

Assurances et primes

Honoraires

R&D

Marketing

Frais bancaires

Frais de transport

Autres

Loyer

Salaires nets

Cotisations sociales (salariales + patronales)

TVA

Impôts sur les bénéfices

Flux d'exploitation

Remboursement du capital

Paiement des intérêts

Paiement des assurances

Flux de financement

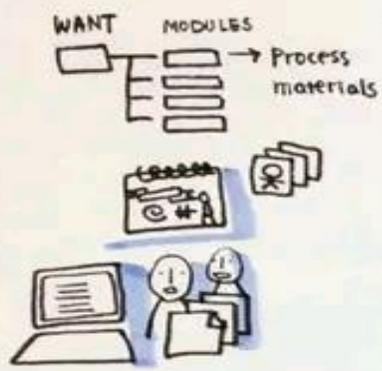
Investissements

Flux d'investissement**Flux de trésorerie****Balance de trésorerie**

KEY PARTNERS



ACTIVITIES



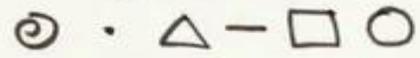
RESOURCE



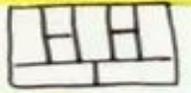
Value Proposition

Visual Thinking

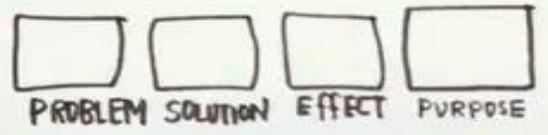
Basic Course



Visual Business Model Canvas



Visual Storytelling



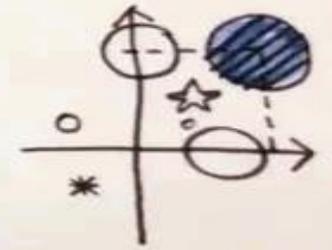
CUSTOMER RELATIONSHIP



CHANNEL



CUSTOMER



International company
Strategic
don't care about the money
as long as the @
is the best

INVESTMENT

- WORKBOOK
- VENUE
- TOOLS
- PEN

- EASEL / STAND
- Toolkit
- Designer / outsourcing
- Leaflet / mail / SNS

REVENUE

- WORKSHOP OR SEMINAR
- WORKBOOK
- TOOLKIT
- BUSINESS COACHING

- Exemples de business models

- L'abonnement

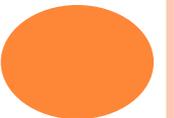
- L'abonnement nécessite que le client paie de manière mensuelle ou annuelle pour accéder aux services de l'entreprise. Cela permet à l'entreprise de bénéficier d'entrées d'argent régulières et à l'abonné de profiter de tarifs préférentiels. Ce business model est utilisé par Netflix ou le site de vente en ligne de produits biologiques, la Fourche.

- La vente directe

- La vente directe correspond à un business model sans intermédiaire entre le client et le vendeur. Il s'agit essentiellement d'un modèle utilisé dans le commerce local, directement du producteur au consommateur ou dans la vente à domicile (Tupperware, par exemple).



- **L'affiliation**
- L'affiliation consiste à vendre le produit d'une tierce personne ou entreprise à travers son propre site web. L'affilié attire du trafic sur ses pages et redirige les internautes vers le site marchand. À chaque vente, il touche une commission, généralement un pourcentage du prix payé par l'acheteur.
- **La location de biens ou de services**
- Dans le cadre de la location de biens ou de services, le client n'achète plus le produit, mais le loue sur une période déterminée ou indéterminée à un prix généralement plus bas que celui du marché.



- Le low cost
- Le business model du low cost propose des prix très attractifs pour attirer davantage de clients en diminuant drastiquement l'offre de produits ou de services proposés. Le low cost cherche à être au plus près des besoins du consommateur en lui présentant des produits simples exempts de toute option.
- Une même entreprise peut avoir un modèle économique principal et plusieurs modèles économiques secondaires. Quoi qu'il en soit, ce choix n'est pas définitif. Il ne faut pas hésiter à remettre régulièrement en cause le business model pour améliorer la performance de l'activité et anticiper l'apparition d'un nouveau concurrent.

