

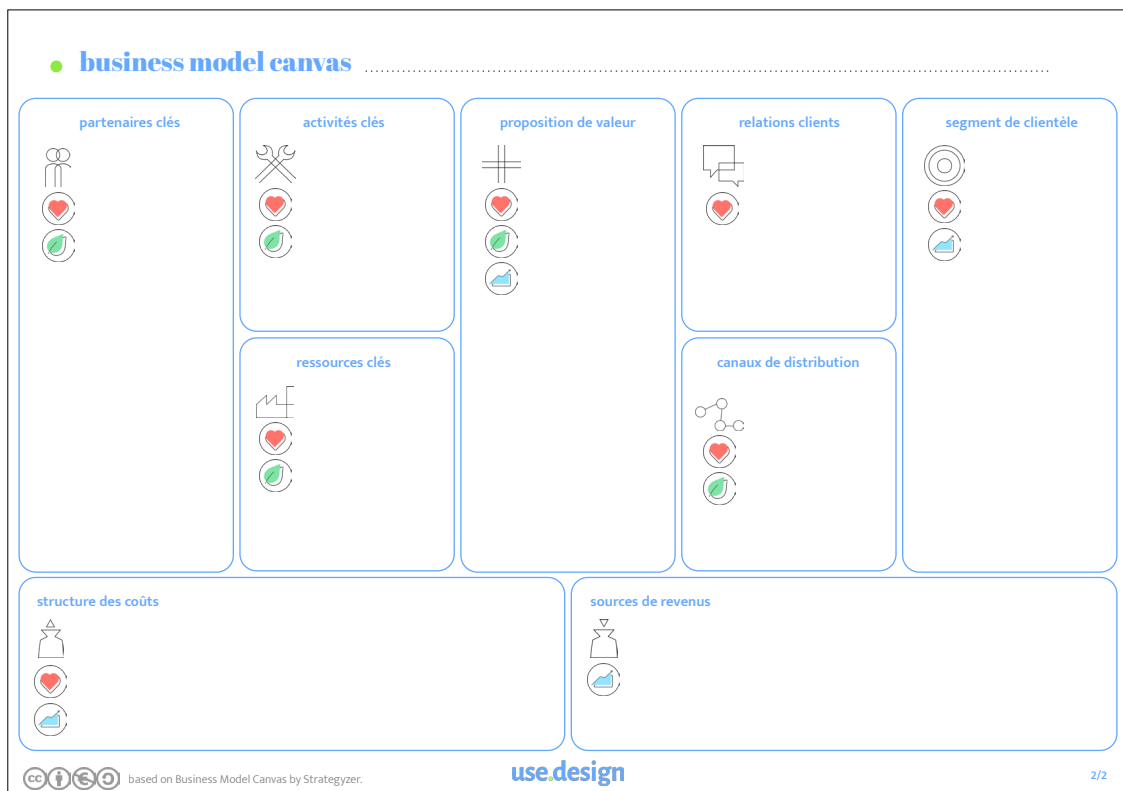
Business model canvas

objectif

Cet outil permet de retranscrire et de rassembler les différentes composantes d'un modèle économique. Grâce au Business Model Canvas, il est possible d'adopter un regard plus global sur son offre et d'en juger plus facilement sa cohérence et pérennité. Il est fréquemment utilisé en phase de création ou de lancement d'un nouveau produit ou service puisqu'il permet de confronter les différentes parties prenantes d'un projet (fournisseurs, ressources, clients), sa valeur ajoutée et ses aspects économiques (coûts et revenus).

comment l'utiliser ?

Le Business Model Canvas d'Alexander Osterwalder est un tableau de 9 axes à remplir en simultané pour permettre une vision globale du projet. Pour en savoir plus sur ce canevas, nous vous recommandons la vidéo Business Model Canvas Explained sur Youtube par Strategyzer et pour aller encore plus loin le livre Business Model Generation publié en 2010 co-écrit par Alexander Osterwalder et Yves Pigneur. De notre côté, pour envisager un projet plus durable et responsable, nous avons ajouté les dimensions économiques, écologiques ou sociales à considérer pour les 9 axes.






business model canvas

partenaires clés

Fournisseurs, partenaires, ressources obtenues, activités clés réalisées ...




Labelisation des partenaires, engagements écologiques, sociaux, valorisation des déchets, politiques salariales, entreprises d'insertion, écologie territoriale ...

activités clés

Production, maintenance, service après-vente, livraison, installation, stockage, communication ...





Limiter les flux/ transports, bien-être et conditions de travail ...

proposition de valeur

Nouveauté, performance, personnalisation, prix, accessibilité, confort...



Proposer un service/ produit qui ne crée pas un besoin, dimension éthique, production locale, éco-conception, valorisation de déchets ...

relations clients

Personnalisée, automatisée, communauté, co-création ...




Honnête, transparent, respect des engagements, sensibilisation ...

segment de clientèle

Marché de masse, de niche, segmenté, diversifié ...




Publics fragiles, exclus, précaires ...

structure des coûts

Coûts fixes, variables, automatisation, sous-traitance ...



Valorisation des employés, analyser la durabilité des ressources (peut-être plus chères mais plus durables)...

sources de revenus

Vente, location, abonnement, publicité ...




Transparence des tarifs, prix justifiés et cohérent ...

canaux de distribution

Communication, évaluation, achat, livraison, service après vente ...

Empreinte carbone et compensation, accord avec la proposition de valeur, minimiser les intermédiaires ...

● business model canvas

