

Business Model Actuel

Pour challenger votre business model actuel.

INSPIRATION

1. UNDERSTAND < divergence

09 PARTENAIRES CLÉS Quelles partenaires et parties prenantes pour délivrer la proposition de valeur, la relation client, les ressources clés ?	07 ACTIVITÉS CLÉS Quelles activités sont nécessaires pour la proposition de valeur, la relation client, les canaux de distribution ?	01 PROPOSITION DE VALEUR Quel problème aidons-nous à résoudre ? Quelle offre apportons-nous ?	03 RELATION CLIENT Quelle relation chaque segment souhaite ?	02 SEGMENT DE CLIENT Qui sont les principaux clients de votre produit/service ? Qui d'autre pourrait bénéficier ou sera affecté par vos produits/services ?
	08 RESSOURCES CLÉS Quelles ressources sont nécessaires pour la proposition de valeur, la relation client, les canaux de distribution ?		04 CANAUX DE DISTRIBUTION A travers quels canaux chaque segment est atteint ?	
10 STRUCTURE DE COUTS Quels sont les couts les plus importants dans notre modèle ? Quelles sont les ressources et les activités les plus couteuses ?			05 SOURCE DE REVENUS Pour quelle valeur ajoutée les clients sont-ils prêts à payer ? A quelle fréquence ?	
11 IMPACT NÉGATIF (COUT ÉCO-SOCIAL) Quels sont les coûts écologiques ou sociaux engendrés par notre modèle économique ? Quelles sont les ressources clés non renouvelables ? Quelles sont les activités clés qui utilisent beaucoup de ressources ? Comment pouvons-nous minimiser notre impact			06 IMPACT POSITIF (BÉNÉFICE ÉCO-SOCIAL) Quels sont les avantages écologiques ou sociaux de notre modèle d'affaires ? Qui en bénéficie ? Pouvons-nous transformer ces bénéfices en une proposition de valeur ? Comment pouvons-nous maximiser notre impact ?	