

## Check-list: «Les neuf composantes du modèle commercial»

Les questions suivantes vous aideront à décrire précisément votre modèle commercial et à identifier les éléments présentant un potentiel de développement.

Composantes	Questions
<b>1. Segments de clientèle</b> Le public cible visé par les produits et services de votre entreprise.	<input type="checkbox"/> Pour qui créons-nous de la valeur? <input type="checkbox"/> Qui sont nos principaux clients et clientes? <input type="checkbox"/> Comment segmentons-nous notre clientèle?
<b>2. Proposition de valeur</b> L'offre de produits et services proposée par votre entreprise.	<input type="checkbox"/> Que proposons-nous au client? <input type="checkbox"/> A quels besoins répondons-nous? <input type="checkbox"/> Quel problème de nos clients contribuons-nous à résoudre? <input type="checkbox"/> Quelles offres de produits et services proposons-nous à chacun des segments?
<b>3. Canaux</b> Les médias utilisés pour distribuer aux clients vos produits et services.	<input type="checkbox"/> Par quels canaux communiquons-nous avec chaque segment? <input type="checkbox"/> Lesquels donnent les meilleurs résultats? <input type="checkbox"/> Lesquels sont les plus rentables? <input type="checkbox"/> Comment nous assurer que les clients parviennent à utiliser facilement ces canaux?
<b>4. Relations clients</b> Les liens que vous créez et entretenez avec votre clientèle.	<input type="checkbox"/> Quel type de relations voulons-nous entretenir avec chaque segment de clientèle? <input type="checkbox"/> Quel type de relations existe déjà? <input type="checkbox"/> Comment ces relations s'intègrent-elles au reste de notre modèle commercial? <input type="checkbox"/> Combien coûte la mise en place et l'entretien de ces relations?
<b>5. Recettes</b> La manière dont votre entreprise génère des recettes grâce à divers flux de revenus.	<input type="checkbox"/> Combien nos clients veulent-ils vraiment payer? <input type="checkbox"/> Pour quoi paient-ils actuellement? <input type="checkbox"/> Comment paient-ils actuellement? <input type="checkbox"/> Comment préféreraient-ils payer? <input type="checkbox"/> Dans quelle mesure chaque flux de revenus contribue-t-il au revenu total?
<b>6. Ressources clés</b> Les ressources nécessaires pour créer une valeur ajoutée pour vos clients.	<input type="checkbox"/> Quelles ressources principales exige notre offre de produits et de services? <input type="checkbox"/> Quels sont nos canaux de distribution? Nos relations clients? Nos flux de revenus?
<b>7. Activités clés</b> Les activités nécessaires pour commercialiser vos produits et services.	<input type="checkbox"/> Quelles activités principales exige notre offre de produits et de services? <input type="checkbox"/> Quelles activités exigent nos canaux de distribution? <input type="checkbox"/> Quelles activités exige l'entretien des relations clients? <input type="checkbox"/> Quelles activités sont liées à quels flux de revenus?
<b>8. Partenaires clés</b> Les relations commerciales indispensables pour réaliser ou compléter vos prestations.	<input type="checkbox"/> Quels sont nos principaux partenaires? <input type="checkbox"/> Quels sont nos principaux fournisseurs? <input type="checkbox"/> Quelles ressources principales achetons-nous auprès de partenaires? <input type="checkbox"/> Quelles activités principales sont effectuées par nos partenaires?
<b>9. Structure de coûts</b> Les coûts engendrés par votre activité.	<input type="checkbox"/> Quels sont les principaux coûts engendrés par notre modèle commercial? <input type="checkbox"/> Quelles sont les ressources les plus coûteuses? <input type="checkbox"/> Quelles sont les activités les plus coûteuses?

### pe – Gestion de la petite entreprise

Édité par PostFinance en collaboration avec l'Institut suisse pour les PME de l'Université de Saint-Gall