

1

### Segments de clientèle

- Pour qui créons-nous de la valeur?
- Qui sont nos clients les plus importants?

### Raisons des partenariats

- Marché de masse
- Marché de niche
- Marché segmenté
- Marché diversifié
- Marché multi-faces

4

### Relations clients

- Quel type de relations devons-nous établir et entretenir pour répondre aux attentes de chacun de nos segments de clientèle?
- Quelles sont les relations que nous avons établies?
- Comment s'articulent-elles avec le reste de notre modèle d'entreprise?
- Quel coût représentent-elles?

### Exemples

- Assistance personnelle
- Assistance personnelle spécialisée
- Libre-service
- Services automatisés
- Communautés
- Co-création

2

### Proposition de valeur

- Quelle valeur ajoutée apportons-nous à la clientèle?
- Quel problème de notre clientèle contribuons-nous à résoudre?
- Quels groupes de produits et de services proposons-nous à chaque segment de clientèle?
- A quels besoins de la clientèle répondons-nous?

### Caractéristiques

- Nouveauté
- Performance
- Personnalisation
- Efficacité
- Design
- Marque/Statut
- Prix
- Réduction des coûts
- Réduction des risques
- Accessibilité
- Caractère pratique/fonctionnel

7

### Activités clés

- Quelles activités clés sont nécessaires à nos propositions de valeur?
- A nos canaux de distribution?
- A nos relations avec la clientèle?
- A nos flux de revenus?

### Catégories

- Production
- Résolution de problèmes
- Plate-forme/Réseau

8

### Partenaires clés

- Qui sont nos partenaires clés?
- Qui sont nos fournisseurs clés?
- Pour quelles ressources clés faisons-nous appel à des partenaires?
- Quelles sont les activités clés de nos partenaires?

### Motivations sous-tendant les partenariats

- Optimisation et raisons d'ordre économique
- Réduction des risques et des incertitudes
- Acquisition de ressources et d'activités particulières

3

### Canaux de distribution

- Par quels canaux nos segments de clientèle souhaitent-ils que nous nous adressions à eux?
- De quelle manière nous adressons-nous actuellement à eux?
- Comment nos canaux s'articulent-ils?
- Quels sont ceux qui fonctionnent le mieux?
- Quels sont les plus efficaces en termes de coûts?
- Comment les articulons-nous avec les processus clients?

### Les différents niveaux relatifs aux canaux

- 1. Sensibilisation:** Comment sensibilisons-nous la clientèle aux produits et aux services de notre entreprise?
- 2. Evaluation:** Comment aidons-nous nos clients à évaluer la proposition de valeur de notre organisation?
- 3. Acquisition:** Comment permettons-nous à nos clients d'acquérir des produits et services spécifiques?
- 4. Livraison:** Comment livrons-nous une proposition de valeur aux clients?
- 5. Service après-vente:** Comment assurons-nous un service après-vente à nos clients?

6

### Ressources clés

- Quelles ressources clés sont nécessaires à nos propositions de valeur?
- A nos canaux de distribution?
- A nos relations avec la clientèle?
- A nos flux de revenus?

### Types de ressources

- Physiques
- Intellectuelles (marques déposées, droits d'auteur, données)
- Humaines
- Financières

5

### Flux de revenus

- Pour quelle valeur nos clients sont-ils réellement prêts à payer?
- Pour quoi paient-ils actuellement?
- Comment paient-ils actuellement?
- Comment préféreraient-ils payer?
- Quelle est la part de chaque flux de revenus dans l'ensemble des revenus?

### Types

- Cession d'actifs
- Redevance d'utilisation
- Frais d'abonnement
- Frais de prêt/location/leasing
- Frais de licence
- Frais de courtage
- Frais de publicité

### Tarification fixe

- Prix catalogue
- Prix liés aux caractéristiques du produit
- Prix liés au segment de clientèle
- Prix liés au volume

### Tarification dynamique

- Négociation
- Optimisation des revenus
- Tarification en temps réel

9

### Structure de coûts

- Quels sont les principaux coûts inhérents à notre modèle d'entreprise?
- Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses?
- Quelles sont les activités clés les plus coûteuses?

### Votre entreprise est-elle davantage

- Axée sur les coûts (structure de coût la plus économique, faible proposition de valeur, automatisation maximale, large recours à l'externalisation)
- Axée sur la valeur (centrée sur la création de valeur, forte proposition de valeur)

### Exemples de caractéristiques

- Coûts fixes (salaires, loyers, factures)
- Coûts variables
- Economies d'échelle
- Economies d'envergure