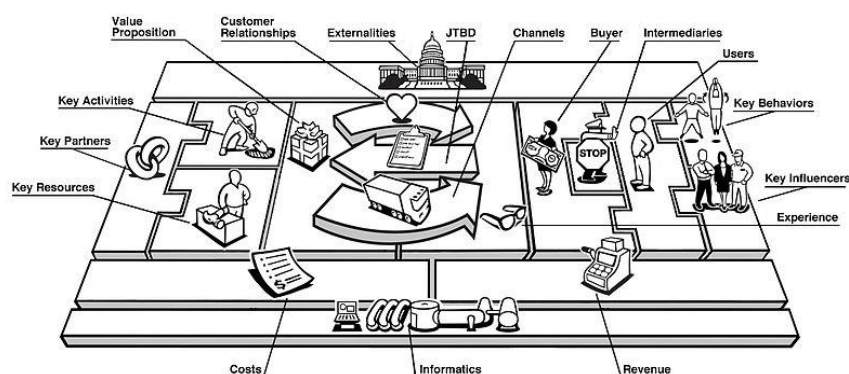


Le Business Model de Canvas



Source: [model](#) Business Model Canvas for Healthcare by Kevin Riley & Associates. Drawings by Mike Werner.

Chacune des 9 briques est présentée plus en détail ci-dessous:

Brique n°1: Segments de clientèle: vous devez créer des segments différents pour les clients qui reçoivent des offres différentes. Distinguez également les clients avec lesquels vous avez des relations particulières. La rentabilité par client peut aussi vous permettre d'identifier des segments. Ensuite, nommez les différents groupes obtenus et reportez-les sur la carte. Exemples de segments: marché de masse, niches,... (précisez la niche et ses caractéristiques)

Brique n°2: Proposition de valeur: à quel besoin répondez-vous? Quelle partie de votre offre crée de la valeur pour vos clients? Exemples de propositions de valeur: nouveauté, performance, personnalisation, design, statut, prix, réduction du risque, accessibilité, pratique,...

Brique n°3: Canaux de diffusion: comment atteignez-vous vos clients? Comment communiquez-vous auprès d'eux pour créer de la valeur? N'oubliez pas que vous pouvez avoir recours à des canaux directs ou indirects. Pensez à chacun des canaux utilisés pour attirer l'attention du client, le faire évaluer l'offre, le faire acheter, le livrer puis l'assister.

Brique n°4: Relations clients: notez le type de relation entretenue avec vos clients. Par exemple: assistance personnelle, self-service, services automatisés, création d'une communauté, co-création,...

Brique n°5: Sources de revenus: comment faites vous rentrer l'argent? Par exemple: achat d'un bien, abonnement, licence, prêt, consommation à l'usage, publicité,...

Pensez également au mode de fixation des prix: prix variables, négociation, réductions en fonction du volume, catalogue, prix du marché, prix variable en fonction du client,...

Brique n°6: Ressources clés: quels sont les éléments requis pour le bon fonctionnement de votre service.

Par exemple, listez les éléments physiques, intellectuels, humains, financiers.

Brique n°7: Activités clés: que faites-vous? (production, résolution de problèmes, animation d'un réseau, maintien d'une plateforme,...)

Brique n°8: Partenaires clé: quel doit être votre réseau de partenaires et fournisseurs? Par exemple, faites-vous des alliances stratégiques avec des concurrents, des non-concurrents? Mettez-vous en place des partenariats privilégiés avec des fournisseurs? Est-ce que vous vous appuyez sur un réseau externe?

Brique n°9: Structure de coût: qu'est-ce qui vous coûte cher? que payez-vous principalement? Quels sont les principaux coûts et le type de coûts? Par exemple, la majorité des coûts sont-ils fixes, variables?

Techniques pour trouver de nouveaux business modèles

1) Vous mettre à la place du client

Posez-vous les questions suivantes à propos de votre client, pour mieux le connaître:

- Que voit-il? (son environnement, ses amis, les offres qu'il voit, les problèmes qu'il rencontre,...)
- Qu'entend-il? (ce que les amis, son boss,... disent? qui l'influence? Quels médias écoutent-ils?...)
- Que pense-t-il? Que ressent-il? (ce qui compte vraiment pour lui mais qui ne serait pas dit publiquement? quelles émotions ressent-il fréquemment? qu'est-ce qui le touche? le garde réveillé la nuit? ses rêves et ses aspirations profondes?...)
- Que dit-il? que fait-il? (son attitude en public, en privé; ce qu'il dit aux autres, quel écart entre ce qu'il dit et ce qu'il pense?...)
- Ses douleurs (ses peurs, ses frustrations, les obstacles rencontrés,...)
- Ses objectifs (ce qu'il veut, ce dont il a besoin; comment mesure-t-il son succès? comment s'y prendrait-il pour atteindre ce qu'il veut?)

Une fois que vous avez répondu à toutes ces questions, construisez votre business modèle autour de ce client.

2) Créativité

Les entreprises ont besoin de prévoir ce qui va venir et justement, toute la difficulté de la créativité et de l'innovation est d'oublier les préoccupations opérationnelles pour faire émerger un léger « chaos ». Cela peut paraître une perte de temps... mais c'est le moyen de trouver des solutions inédites!

Oubliez le passé, ignorez le statu quo, arrêtez de regarder vos concurrents, remettez en cause ce qui est acquis! N'essayez pas non plus d'être original, contentez-vous de faire un peu mieux que ce qui existe.

Par exemple, prenez une des briques de votre business modèle et posez-vous des questions à son sujet: « Et si elle n'existait plus? Et si on faisait autrement?... »

Exemple: Et si les appels téléphoniques étaient gratuits? Skype en a fait une réalité. Résultat: Skype a été revendu 8,5 milliards de dollars, 8 ans après sa création. IKEA a également bouleverser les règles du marché à son avantage.

Voici un petit exercice pour vous mettre en jambe et oubliez votre mode de pensée habituel: décrivez les caractéristiques d'une vache. Puis proposez 3 business modèles innovants à partir d'une vache!

3) Pensez avec des images

Reprenez votre business modèle puis remplacez chacun des éléments par des dessins. Lorsque vous imaginez les possibilités pour de nouveaux business modèles, présentez chaque élément sous forme de dessin. Cela vous permettra par exemple de raconter une histoire en présentant votre business modèle...

Cet exercice vous permettra de saisir l'essentiel de chaque idée et d'explorer des nouvelles possibilités en jouant avec les composants du modèle (retirez un élément, remplacez le...).

NB: ne mettez qu'une idée par post-it et écrivez gros.

4) Faites des prototypes

Forcez-vous à trouver 8 business modèles différents pour votre objectif. Exemple: si vous vendez des livres, trouvez 8 business modèles pour les vendre (personnalisé, co-création, production à la demande,...). Vous pouvez créer des business modèles absurdes aussi, ça vous donnera des idées.

5) Raconter des histoires

Projetez-vous dans ce que sera le futur. Formalisez ce que sera le futur pour trouver de

nouvelles idées: vous pouvez utiliser le dessin, des photos, des films, des interviews, de l'improvisation avec des comédiens,...

6) Créer des scénarios

Choisissez 2 ou 3 tendances puis créez des scénarios à partir de celles-ci. Par exemple, dans la pharmacie, 2 tendances majeures arrivent , l'auto-médication (A) et la prévention (B).

Cela vous permet donc d'envisager 4 scénarios (AB, nonA nonB, B nonA, A nonB). Ensuite décrivez-les et identifiez les business modèles qui pourraient y répondre.

Référence REL 1 Image :

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:ModelH_Business_Model_Canvas_for_Healthcare.jpg



Référence REL 2 texte :

[https://i-love-startups.com/2011/08/business-modele-nouvelle-generation-manuel-pratique-pour-entrepreneurs-et-dirigeants-12 /](https://i-love-startups.com/2011/08/business-modele-nouvelle-generation-manuel-pratique-pour-entrepreneurs-et-dirigeants-12/)



Licence du document final a comme licence CC BY S A

