

MATRICE D'AFFAIRES

PROJET	AUTEUR	DATE	VERSION	
PARTENAIRES CLÉS	ACTIVITÉS CLÉS	PROPOSITION DE VALEURS	RELATIONS CLIENTS	SEGMENTS DE MARCHÉ
	RESSOURCES CLÉS		CANAUX	DÉVELOPPEMENT DURABLE
COÛTS		REVENUS		












Créé par: Business Model Foundry AG
Les créateurs du *Business Model Generation* et de *Strategyzer.com*

Cette œuvre est mise à disposition selon les termes d'attribution et de partage des conditions de la licence Creative Commons. Pour consulter une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.fr> ou rédigez une lettre à l'attention de Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Réseau de soutien aux entreprises
de la Ville de Montréal



MON MODELE D'AFFAIRES

PROJET	AUTEUR	DATE	VERSION	
<p>PARTENAIRES CLÉS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Qui sont vos partenaires et fournisseurs indispensables? (ou investisseurs, collaborateurs, associations, distributeurs, etc.) › Quels partenaires vous permettent de réaliser les activités que vous ne faites pas à l'interne? › Quels partenaires vous permettent de vous procurer les ressources dont vous ne disposez pas? 	<p>ACTIVITÉS CLÉS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Quelles activités devez-vous faire pour réaliser votre proposition de valeur? 	<p>PROPOSITION DE VALEUR </p> <ul style="list-style-type: none"> › À quels besoins/problèmes répondez-vous? › Quelle est la valeur créée? › Qu'apportez-vous vraiment au client? › Quelles sont les caractéristiques de votre produit/service? › Quels sont les bénéfices de votre offre? 	<p>RELATIONS CLIENTS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Quelle est la nature de votre relation avec vos clients? (ex. transactionnelle, communauté, personnalisée) › Quel type de relation vos clients souhaitent-ils? 	<p>SEGMENTS DE MARCHÉ </p> <ul style="list-style-type: none"> › Pour qui créez-vous la valeur? › Qui sont vos clients cible ou segments de clients? › Quels sont vos clients les plus importants? › Quels sont leurs besoins? › Quels sont leurs problèmes? › Quel est leur profil? (ex. âge, sexe, revenus, style de vie)
<p>RESSOURCES CLÉS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Qu'avez-vous besoin de posséder pour réaliser votre proposition de valeur? › Quelles sont les ressources essentielles? (humaines, physiques, intellectuelles, matérielles...) 		<p>CANAUX </p> <ul style="list-style-type: none"> › Comment allez-vous rejoindre vos clients? › Par quels canaux distribuez-vous vos produits ou services? › Par quels canaux communiquez-vous avec vos clients? 		
<p>COÛTS </p> <ul style="list-style-type: none"> › Quels sont les coûts de vos activités et de vos ressources clés? (fixes et variables) › Quels sont les coûts les plus importants de votre modèle? 		<p>REVENUS </p> <ul style="list-style-type: none"> › De quelles façons obtenez-vous des revenus? › Comment vos clients payent-ils? Comment préfèrent-ils payer? (ex. honoraires, vente, forfait, abonnement, location, licence) › Quels sont les produits ou les services les plus rentables? 		



Créé par: Business Model Foundry AG
Les créateurs du *Business Model Generation* et de *Strategyzer.com*

Cette œuvre est mise à disposition selon les termes d'attribution et de partage des conditions de la licence Creative Commons. Pour consulter une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.fr> ou rédigez une lettre à l'attention de Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Contenu des sections de la matrice du modèle d'affaires: © Tous droits réservés 2015 HEC Montréal
MC MON MODÈLE D'AFFAIRES et le logo MON MODÈLE D'AFFAIRES sont des marques de commerce de la Banque Nationale du Canada.

Propulsé par

**INSTITUT
D'ENTREPRENEURIAT**
BANQUE NATIONALE | HEC MONTRÉAL