|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nom entreprise : | **Business model Canvas responsable** Adapté à partir des travaux de la chaire de leadership de l’Université Laval (Matthias Pepin, MaripierTremblay, Luc K. Audebrand) | Date : |
| ***Partenaires clés***Qui sont vos partenaires clés ?Qui sont vos fournisseurs clés ?Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ?Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ?Écrivez ici | ***Activités clés***Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l’offre ? (Logistique, marketing, production…)Quel lien avec les canaux de distribution ?Quel lien avec la relation client ?Quel coût, et pour quelles sources de revenus ?Écrivez ici | ***Offre (proposition de valeur)***Quelle proposition de valeur pour les clients ?Quelles solutions concrètes l’offre apporte-t-elle aux clients ?Quelles solutions l’offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ?Quelle réponse l’offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?Écrivez ici | ***Relation client***Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l’entreprise ?Lister les types de relations client.Comment la relation client s’intègre-t-elle au reste du modèle économique ?Quel en est le coût ?Écrivez ici | ***Segments de clientèle***Quels sont les segments de clientèle ciblée ?Quels sont les segments de clientèle les plus importants * Profil ?
* besoin / attente ?
* problème / frustration ?

Écrivez ici |
| ***Gouvernance de l’entreprise*** Quelle est la forme juridique ?Qui détient le contrôle ?Comment est distribué le pouvoir (horizontal, vertical, inclusivité, diversité, parité…) ?Comment sont distribué les surplus et profits  ?Écrivez ici | ***Ressources clés***Quelles ressources clés la production de l’offre requiert-elle ?Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ?Écrivez ici | ***Mission, vision et valeurs*** Quelle est la mission ou la raison d'être de l’entreprise ?Quelle est la vision (aspirations) des créateurs ?Quelles sont les valeurs et principes qui guident les créateurs ?Écrivez ici | ***Canaux de distribution***A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ?Comment les différents canaux s’intègrent-ils ?Quel est le canal privilégié ?Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ?Écrivez ici | ***Utilisateurs et bénéficiaires***Au-delà de la clientèle y at il d'autres utilisateurs de votre produit où service (différence entre l'acheteur et l'utilisateur) et en quoi cela impacte le modèle d'affaires ?au-delà des utilisateurs y at il des bénéficiaires des activités de l'entreprise (insertion socioprofessionnelle, intégration de personnes handicapées , Écrivez ici |
| ***Structure des coûts**** Quels sont les coûts (dépenses) les plus importants générés par le modèle économique ?
* Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ?
* Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?

Écrivez ici | ***Sources de revenus**** Pour quelle proposition de valeur les consommateurs sont-ils prêts à payer ? Combien sont-ils prêts à payer ?
* Quel est le mode de paiement préféré des consommateurs ?
* Quelle est la part de chaque source de revenus sur le total des revenus ?

Écrivez ici |
| ***Retombées negatives***Quelles sont les retombées négatives connu au potentiel des activités de l'entreprise :sur le plan économique (déclin d'une industrie, augmentation des prix, baisse de l'accessibilité) ?sur le plan social (emplois délocalisés conditions de travail dégradantes effets sur une communauté) ?sur le plan écologique (exploitation de ressources non renouvelables Roger atmosphérique, déchet générés) ?Écrivez ici | ***Retombées positives*** Quelles sont les retombées positives connus où potentiels de l'entreprise :sur le plan économique (création d'emplois de qualité partage équitable des profits relation gagnant-gagnant avec les partenaires clés) ?sur le plan social (inclusivité diversité bénéfices pour la communauté locale) ?sur le plan écologique (recours aux énergies renouvelables, diminution des rejets asphériques, réduction de la pollution, régénération de la biodiversité) ?Écrivez ici |

**Modèle de présentation GRP : Business Model GRP-Lab**

Source : www.grp-lab.com

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Capture d’écran | **Capture d’écran Porteur(s)**Profil (traits, compétences, etc.), motivations, valeurs, formations, compétences, expériences, histoire, réseau, entourage, CV, etc. si équipe entrepreneuriale : complémentarité. | **Capture d’écran Proposition de la valeur**Idées d'affaires (source, mise au point, protection, transformation de l'idée en offre), opportunité d'affaires (attractivité du marché, cibles, concurrence, ambition). | **Capture d’écran Fabrication de la valeur** Identification/captation des ressources tangibles et intangibles, agencement des ressources (processus de fabrication, systèmes de gestion, etc.), délivrer la valeur produite (distribution, communication, contrôle de la valeur perçue). |
| **Capture d’écran** | **Capture d’écran Sources des revenus**Identification des sources des revenus de l'exploitation du projet (chiffre d'affaires, subventions d'exploitation, etc.) par catégorie de canal ou par catégorie de produit ou par catégorie de client, etc. | **Capture d’écran Volume des revenus** Estimation du volume des revenus (estimation du chiffre d'affaires, des subventions d'exploitation, etc.) sur une échéance cohérente avec le projet, capacité à produire le chiffre d'affaires, éventuellement correspondance en part de marché. | **Capture d’écran Performances**Performance financière (rentabilité de l'exploitation et rentabilité des investissements), performance non financière (ex : notoriété, fréquentation, satisfaction des usagers, etc.). |
| **Capture d’écran** | **Capture d’écran Parties prenantes**Identification des principaux partenaires nécessaires au lancement et/ou à la pérennité (attente, apport, pouvoir, attitude), partenariats effectifs, partenariats potentiels, choix. | **Capture d’écran Conventions**Us, coutumes, façons de faire, habitude des partenaires ou de leur métier, des acteurs du contexte géoculturel, etc. ; Normes (ISO, coordination, évaluation) ; Valeurs partagées par les acteurs de l'espace social ; Contrats (statuts juridique, pacte d'actionnaires, conventions ou contrats avec les partenaires), etc. | **Capture d’écran Écosystème**Architecture de la valeur du système d'affaires et/ou veille politique, économique, sociale, technologique, écologique et légale pour apprécier l'influence de ces dimensions sur le projet. |