|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 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. |