

# BASE COURS GE15

CANVAS 01

CANVAS BM-MARKETING

# DEFINITIONS

- RAPPELS
  - LE MARKETING (CA HT QQOCP,...)
- SYNTHÈSE
  - DES EXEMPLES
    - <http://beagle-net.com/business-model-library/>
  - LE BUSINESS MODEL

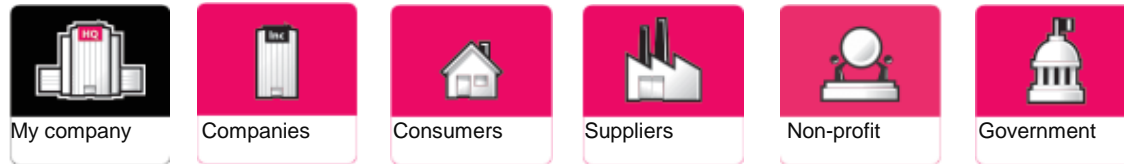


50-questions-et-challenges-pour-innover-dans-son-business-model.pdf

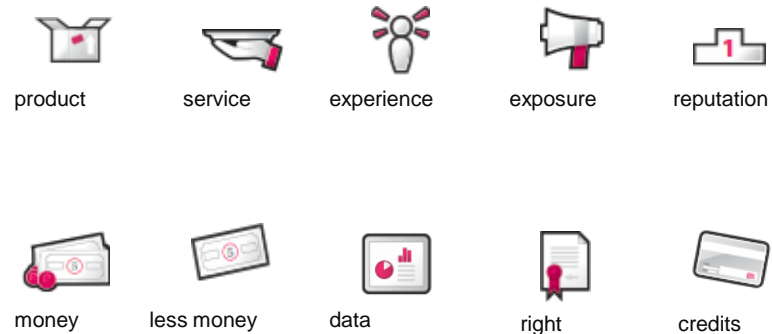
# Build your business model with these 16 blocks

(download this file to edit)

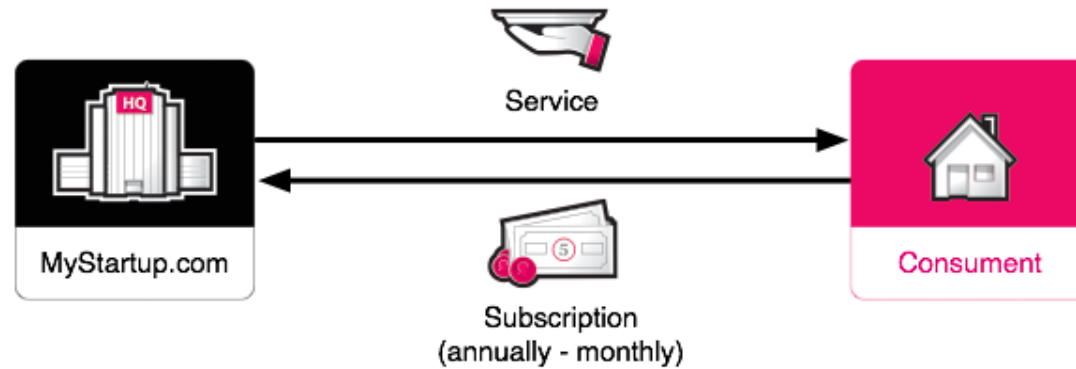
## 6 stakeholders



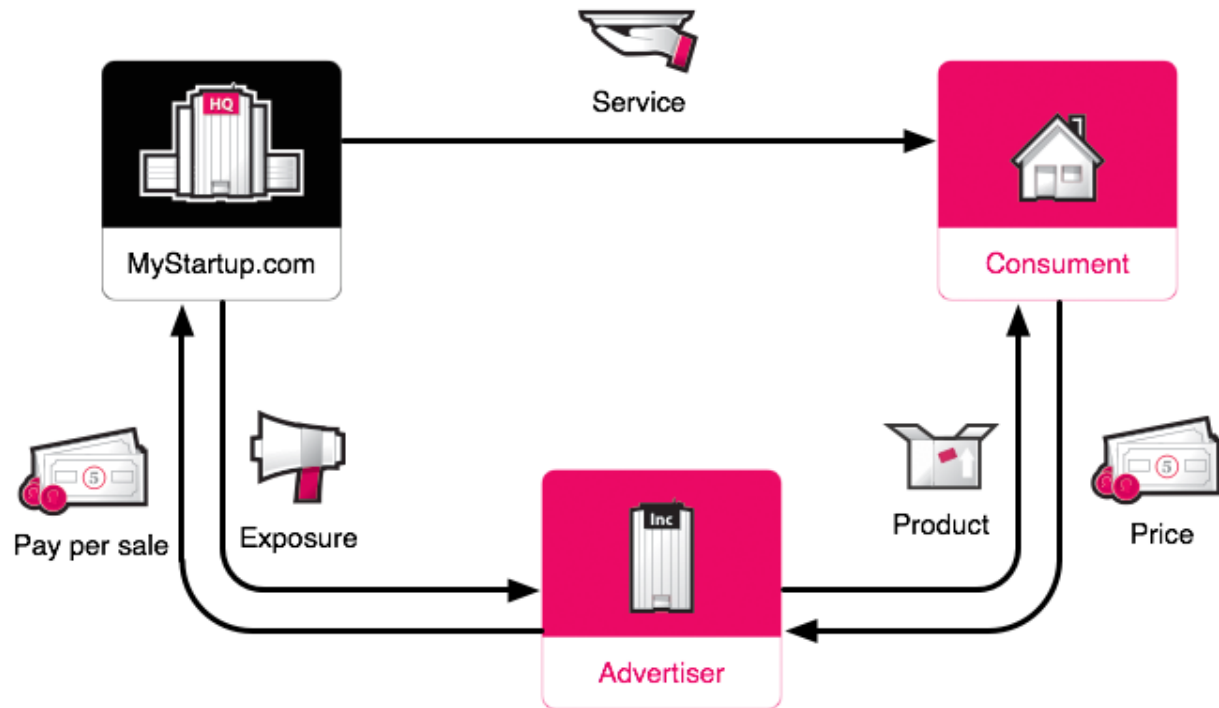
## 10 items to transfer



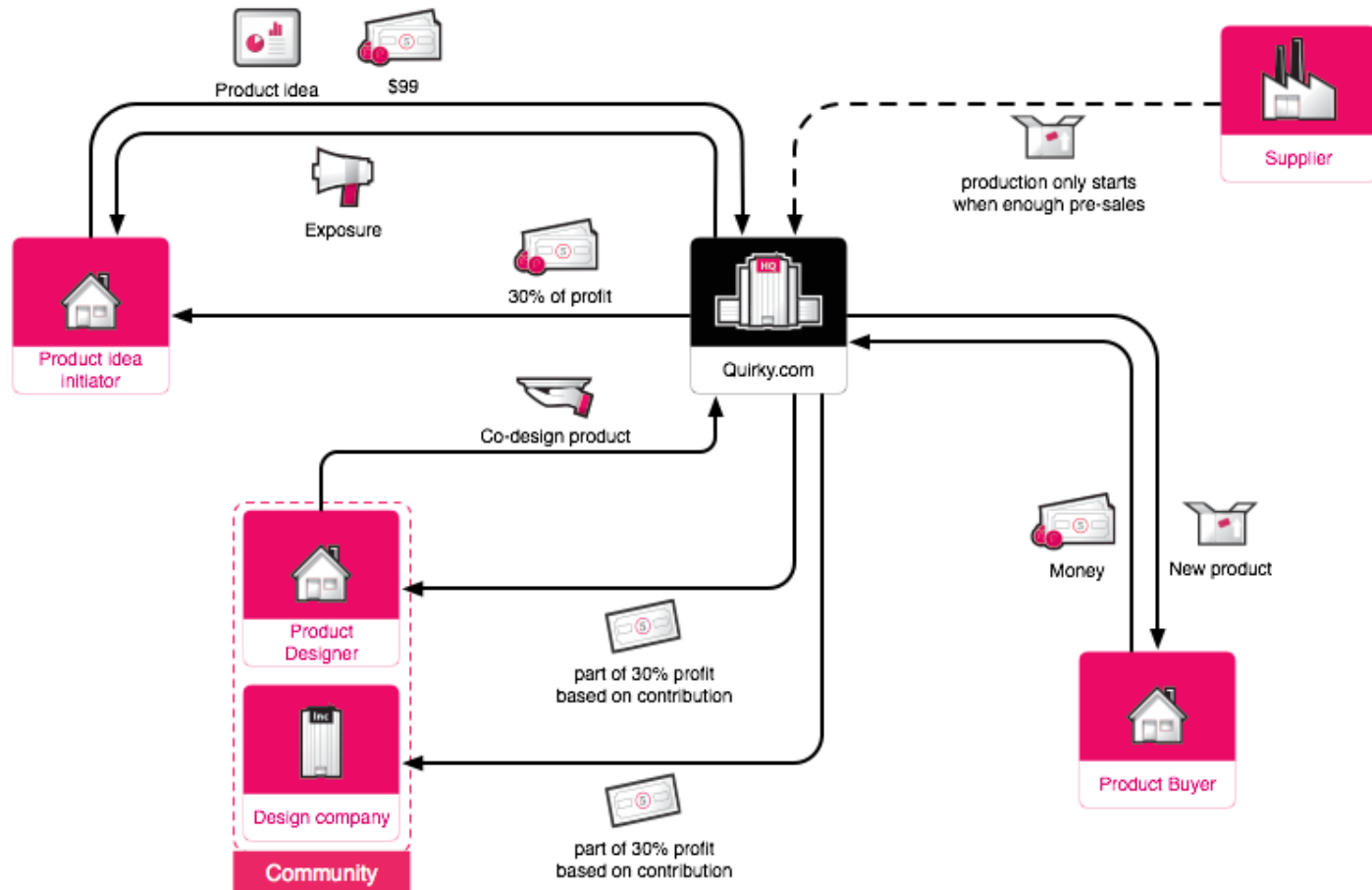
# Start simple: subscription model



# Introduce new stakeholders: e.g. Advertiser



# Learn from others: e.g.: Quirky.com

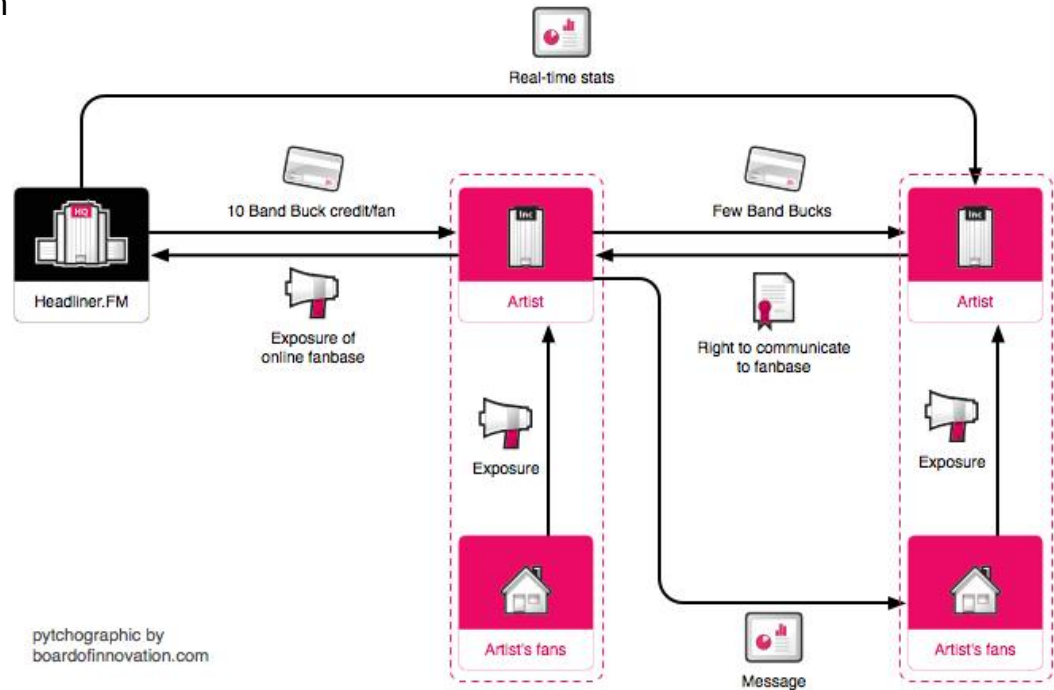


# Business Model Design made easy

eBay, Zopa, Skype, free newspapers, RyanAir, RadioHead... Many success stories are based on new business models.

Design your own business ideas with these building blocks, and find inspiration in other innovative business concepts.

Example below: headliner.fm



# DU CONCRET

- LEAN CANVAS
  - Un outil format A4/A3
  - 9 Blocs



# DU CONCRET

- Une feuille
- Des post it
- Un crayon
- Et nous

# UN OUTIL

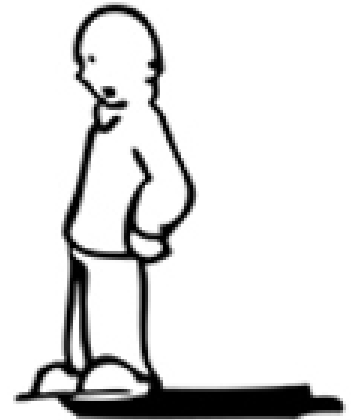
- POUR QUOI
- POUR QUI
- COMMENT
- OU
- QUAND
- QUOI
- QUI

# DU CONCRET

- Bloc = Segment Clients, SC
- Les bonnes questions

## *Segments Client*

- Pour qui nous créons de la valeur?
- Qui sont les clients le plus important?



# DU CONCRET

- Bloc = Offre, O
- Les bonnes questions

## *Offre*



- Quelle valeur nous fournissons au client
- Quelle problématique client nous résolvons?
- Quel groupement de produits ou services nous offrons à chacun des segments client?
- Quels besoins clients nous satisfaisons?

### **Caracteristiques**

*Nouveauté*

*Performance*

*Customisation*

*"Faire le travail"*

*Design*

*Marque/Notoriété*

*Réduction des Coûts*

*Accessibilité*

*Utilisability*

# DU CONCRET

- Bloc = Relation Client, RC
- Les bonnes questions

## *Relation Client*

- Quelle type de relation chaque segments clients souhaitent que nous établissions avec eux?
- Comment ces relations s'intègrent elles avec le reste de notre Business Model
- Combien coûtent elles?



### **Example**

*Assistance Personnalisée*  
*Assistance Personnalisée dédiée*  
*Self Service*  
*Service Automatisé*  
*Communauté d'entraide*  
*Co-Création*

# DU CONCRET

- Bloc = Canaux de Distribution, CdB
- Les bonnes questions

## *Canaux de Distribution*



- Par quel Canal nous interagissons avec nos Segments Clients?
- Comment nos Canaux sont intégré à notre Business Model?
- Lequel marche le mieux?
- Lequel est le plus rentable?
- Comment nous les intégrons au routines clients?

### **Phases de Canal:**

#### **1- Acquisition**

*Comment nous faisons connaître notre offre au client?*

#### **2- Evaluation**

*Comment nous aidons le clients à évaluer notre offre?*

#### **3- Achat**

*Comment le client peut acheter notre offre?*

#### **4- Expedition**

*Comment nous expédions notre offre au clients?*

#### **5- Service Après Vente**

*Comment nous fournissons un service après vente?*

# DU CONCRET

- Bloc = Sources de Revenus, SdR
- Les bonnes questions

## *Sources de Revenus*

- Pour quelle valeur nos clients sont vraiment prêt à payer?
- Pour quelle offre ils payent actuellement?
- Comment ils payent actuellement?
- Comment ils preferaient payer?

### **Types:**

*Vente de bien  
Forfait d'utilisation  
Abonnement  
Prêts, Location, Crédit-Bail  
Licence d'exploitation  
Frais de Courtage  
Publicité*

### **Prix Fixes:**

*Liste de Prix  
Dépendant des Options Produits  
Dépendant des Segments Client  
Dépendant des Volumes*

### **Prix Dynamiques:**

*Negociation  
Gestion du Rendement  
Marché en temps Réel*

# DU CONCRET

- Bloc = Activités, A
- Les bonnes questions

## *Activités*

- Quelles activités sont nécessaire pour réaliser notre offre?
- Notre Distribution?
- Notre Relation Client?
- Nos sources de revenus?



### **Catégories**

*Production*

*Résolution de Problème*

*Plateforme/Réseau*



# DU CONCRET

- Bloc =
- Les bonnes questions

## *Ressources*

- Quelles Ressources sont nécessaire pour réaliser notre offre?
- Notre Distribution?
- Notre Relation Client?
- Nos sources de revenus?

### **Types de Ressources**

*Ressources Physiques*

*Ressources Intellectuelles (Marques, Brevet, Données,...)*

*Ressources Humaines (Savoir Faire)*

*Ressources Financières*



# DU CONCRET

- Bloc = Partenaires, P
- Les bonnes questions

## *Partenaires*



- Qui sont nos Partenaires Clé?
- Qui sont nos fournisseurs?
- Quelles Ressources nous acquerons par nos partenaires?
- Quelles Acticités réalisent nos Partenaires?

### **Objectifs du Partenariat**

*Optimisation et Economie*

*Réduction des risques*

*Acquisition de certaine Ressources our Activités*

# DU CONCRET

- Bloc = Structures des Coûts, SdC
- Les bonnes questions

## *Structure des Coûts*

- Quels sont les coûts les plus importants de notre Business Model?
- Quelles sont les ressources?
- Quelles sont les activités?
- Nos sources de revenus?

### **Caractéristiques**

*Coûts Fixes*  
*Coûts Variables*  
*Economies d'échelles*  
*Economies de Gamme*










# The Business Model Canvas

Designer pour:

Designer par:

Le:

Version N°:

<h2>Partenaires</h2>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qui sont nos Partenaires Clés?</li> <li>- Qui sont nos fournisseurs?</li> <li>- Quelles Ressources nous acquérons par nos partenaires?</li> <li>- Quelles Activités réalisent nos Partenaires?</li> </ul> <p><b>Objectifs du Partenariat</b>          Optimisation de coût          Réduction des risques          Acquisition de nouvelles Ressources sur Actuels</p>	<h2>Activités</h2>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quelles activités sont nécessaires pour réaliser notre offre?</li> <li>- Notre Distribution?</li> <li>- Notre Relation Client?</li> <li>- Nos sources de revenus?</li> </ul> <p><b>Catégories</b>          Production          Résolution de Problème          Plateforme/Canal</p>	<h2>Offre</h2>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quelle valeur nous fournissons au client?</li> <li>- Quelle problématique client nous résolvons?</li> <li>- Quel groupement de produits ou services nous offrons à chacun des segments clients?</li> <li>- Quels besoins clients nous satisfaisons?</li> </ul> <p><b>Caractéristiques</b>          Nouveau          Performant          Personnalisé          "Faire le travail"          Simple          Marque/Reputation          Réduction des Coûts          Accessibilité          Intégrité</p>	<h2>Relation Client</h2>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quel type de relation chaque segments clients souhaitent que nous établissons avec eux?</li> <li>- Comment ces relations s'intergent elles avec le reste de notre Business Model?</li> <li>- Combien coûtent-elles?</li> </ul> <p><b>Exemple</b>          Assistance Personnelle          Assistance Personnelle dédiée          Self Service          Service Automatique          Communauté d'Experts          Co-Création</p>	<h2>Segments Client</h2>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour qui nous créons de la valeur?</li> <li>- Qui sont les clients le plus important?</li> </ul>
	<h2>Ressources</h2>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quelles Ressources sont nécessaires pour réaliser notre offre?</li> <li>- Notre Distribution?</li> <li>- Notre Relation Client?</li> <li>- Nos sources de revenus?</li> </ul> <p><b>Types de Ressources</b>          Ressources Humaines          Ressources Intellectuelles (Marques, Brevet, Données, ...)          Ressources Financières (Cash Flow)          Ressources Physiques</p>		<h2>Canaux de Distribution</h2>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Par quel Canal nous interagissons avec nos Segments Clients?</li> <li>- Comment nos Canaux sont intégrés à notre Business Model?</li> <li>- Lequel marche le mieux?</li> <li>- Lequel est le plus rentable?</li> <li>- Comment nous les intégrons au routines clients?</li> </ul> <p><b>Phases de Canal:</b>          1. Acquisition          Comment nous faisons connaître notre offre au client?          2. Evaluation          Comment nous aidons le clients à évaluer notre offre?          3. Achat          Comment le client peut acheter notre offre?          4. Expérience          Comment nous améliorons notre offre au clients?          5. Service Après-Vente          Comment nous fournissons un service après-vente?</p>	
<h2>Structure des Coûts</h2>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quels sont les coûts les plus importants de notre Business Model?</li> <li>- Quelles est le coût des Ressources?</li> <li>- Quelles est le coût des Activités?</li> <li>- Nos sources de revenus?</li> </ul> <p><b>Caractéristiques</b>          Coûts Fixes          Coûts Variables          Economies d'échelle          Economies de Gamme</p>		<h2>Sources de Revenus</h2>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour quelle valeur nos clients sont vraiment prêts à payer?</li> <li>- Pour quelle offre ils payent actuellement?</li> <li>- Comment ils payent actuellement?</li> <li>- Comment ils préféreraient payer?</li> </ul> <p><b>Types:</b>          Vente de biens          Forfait Création          Abonnement          PaaS, SaaS, Cloud-Infra          Licence d'exploitation          Frais de Coûtage          Publicité</p> <p><b>Prix Fixes:</b>          Liste de Prix          Dépendent des Options Produits          Dépendent des Segments Client          Dépendent des Volume</p> <p><b>Prix Dynamiques:</b>          Négoçiation          Création de Marché          Marché en temps Réel</p>		

# ON Y VA ENTRE NOUS

- MON CANVAS
- D'AUTRES CANVAS

# DU CONCRET CANVAS MY






## The Business Model Canvas

Designer pour:

Designer par:

Le:

Version N°:

<p><b>Partenaires</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qui sont nos Partenaires Clés?</li> <li>- Qui sont nos fournisseurs?</li> <li>- Quelles Ressources nous acquérons par nos partenaires?</li> <li>- Quelles Activités réalisent nos Partenaires?</li> </ul> <p><b>Objectifs du Partenariat</b>  <small>Optimisation d'un service          Réduction des risques          Acquisition de nouvelles Ressources sur Activités</small></p> <div data-bbox="216 768 465 853" style="background-color: yellow; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>UTC LMG ARC REGION</p> </div>	<p><b>Activités</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quelles activités sont nécessaires pour réaliser notre offre?</li> <li>- Notre Distribution?</li> <li>- Notre Relation Client?</li> <li>- Nos sources de revenus?</li> </ul> <p><b>Catégories</b>  <small>Activité          Résolution de Problème          Plateforme/Écosystème</small></p> <div data-bbox="533 574 782 731" style="background-color: yellow; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>Résolution de problème Plateforme collaborative</p> </div>	<p><b>Offre</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quelle valeur nous fournissons au client?</li> <li>- Quelle problématique client nous résolvons?</li> <li>- Quel groupement de produits ou services nous offrons à chacun/des segments clients?</li> <li>- Quels besoins clients nous satisfaisons?</li> </ul> <p><b>Caractéristiques</b>  <small>Accessibilité          Performances          Qualité de service          Simplicité          Design          Sécurité/Robustesse          Intégration des outils          Accessibilité          Évolutivité</small></p> <div data-bbox="826 716 1105 896" style="background-color: yellow; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>Id Développement Id Compétences Id Fédérateur ETEE</p> </div>	<p><b>Relation Client</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quel type de relation chaque segments clients souhaitent que nous établissons avec eux?</li> <li>- Comment ces relations s'intergent elles avec le reste de notre Business Model?</li> <li>- Combien coûtent-elles?</li> </ul> <p><b>Exemples</b>  <small>Abonnement (Personnelisé)          Concurrence (Personnelisé) dans          Self Service          Contenu Personnalisé          Contenu Adaptatif          Contenu d'Évaluation          Co-Création</small></p> <div data-bbox="1174 602 1406 674" style="background-color: yellow; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>Action Personnalisée</p> </div>	<p><b>Segments Client</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour qui nous créons de la valeur?</li> <li>- Qui sont les clients le plus important?</li> </ul> <div data-bbox="1499 545 1715 759" style="background-color: yellow; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>Entreprise Territoire Ecole</p> </div> <div data-bbox="1503 825 1711 1039" style="background-color: green; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>Emploi Compétence Individu</p> </div>
<p><b>Structure des Coûts</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quels sont les coûts les plus importants de notre Business Model?</li> <li>- Quelles est le coût des Ressources?</li> <li>- Quelles est le coût des Activités?</li> <li>- Nos sources de revenus?</li> </ul> <p><b>Caractéristiques</b>  <small>Coût Fixe          Coût Variable          Économies d'Échelle          Économies de Gamme</small></p> <div data-bbox="452 1145 738 1259" style="background-color: yellow; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>Coûts variables Heures études</p> </div>	<p><b>Sources de Revenus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pour quelle valeur nos clients sont vraiment prêts à payer?</li> <li>- Pour quelle offre ils payent actuellement?</li> <li>- Comment ils payent actuellement?</li> <li>- Comment ils préféreraient payer?</li> </ul> <p><b>Type:</b>  <small>vente de bien          Vente de service          Abonnement          Licence          Licence d'exploitation          Prix de location          Prix de franchise          Prix de licence          Prix de revente</small></p> <p><b>Prix Fixe:</b>  <small>Coût de production          Coût de distribution          Coût de service          Coût de gestion          Coût de marketing          Coût de recherche et développement          Coût de capital</small></p> <p><b>Prix Dynamiques:</b>  <small>Prime de lancement          Prime de fidélité          Prime de volume          Prime de saisonnalité          Prime de performance          Prime de réputation          Prime de nouveauté          Prime de rareté          Prime de statut</small></p> <div data-bbox="1290 1130 1638 1273" style="background-color: yellow; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>Ventes de bien Marché en temps réel</p> </div>			

# UN DERNIER CONSEIL

- L'EFFECTUATION
  - MOOC EFFECTUATION la Conclusion



ef\_conclusion.pdf

- OCEAN BLEU, Marché/Porter/Voyage ...
- LEAN START UP/ AGILE
- LEAN SELF, on est jamais aussi bien servi que par soi même

# HISTOIRE

- ECONOMIE POSITIVE
- ZACHMAN
- MOI

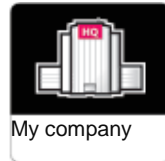


# DU CONCRET

- [http://videos.lexpress.fr/economie/economie/video-economie-positive-comment-batir-des-modeles-d-affaires-efficaces\\_1315746.html](http://videos.lexpress.fr/economie/economie/video-economie-positive-comment-batir-des-modeles-d-affaires-efficaces_1315746.html)
- <http://trends.levif.be/economie/actualite/politique-economique/la-dictature-du-court-terme-est-a-la-base-de-la-crise/article-4000500514365.htm>

# SOURCES

# Download this file & try it yourself!

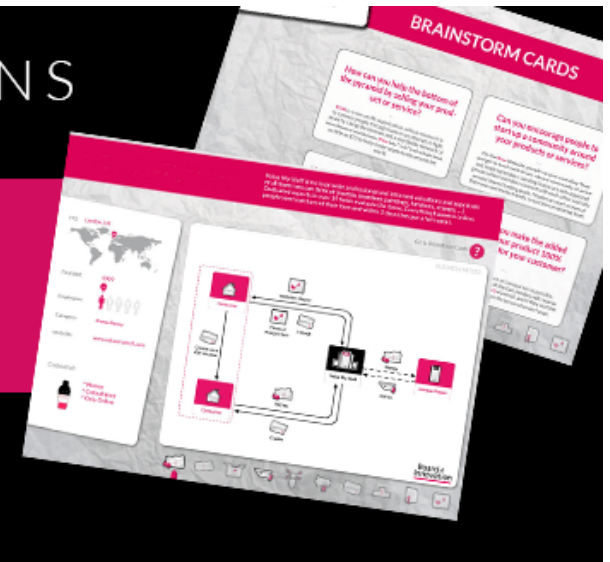


If you need more inspiration try:

## BUSINESS MODEL PATTERNS

An inspiring research study analyzing 30 global companies with 120 brainstorm cards to trigger new business model ideas

<http://www.boardofinnovation.com/business-model-patterns/>



# We also offer:

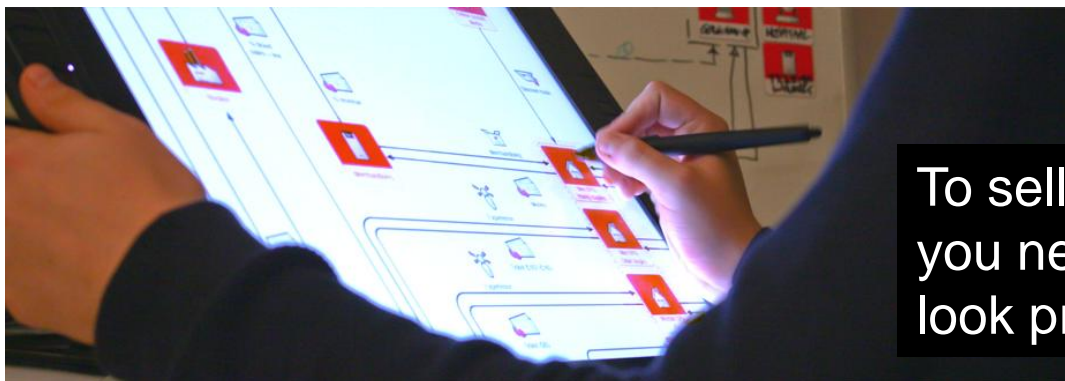
## Business Model Brainstorm Kit



The perfect tool to use with a team.

<http://www.boardofinnovation.com/business-model-templates-tools/>

## Professional Digital Templates



To sell your ideas, you need them to look professional.

<http://www.boardofinnovation.com/digital-templates/>

# Board of Innovation

---

[www.boardofinnovation.com](http://www.boardofinnovation.com)  
[www.businessmodelinnovatie.be](http://www.businessmodelinnovatie.be)  
[info@boardofinnovation.com](mailto:info@boardofinnovation.com)

feedback  
@philderidder  
@nickdemey