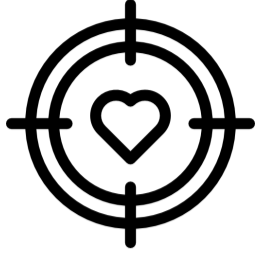
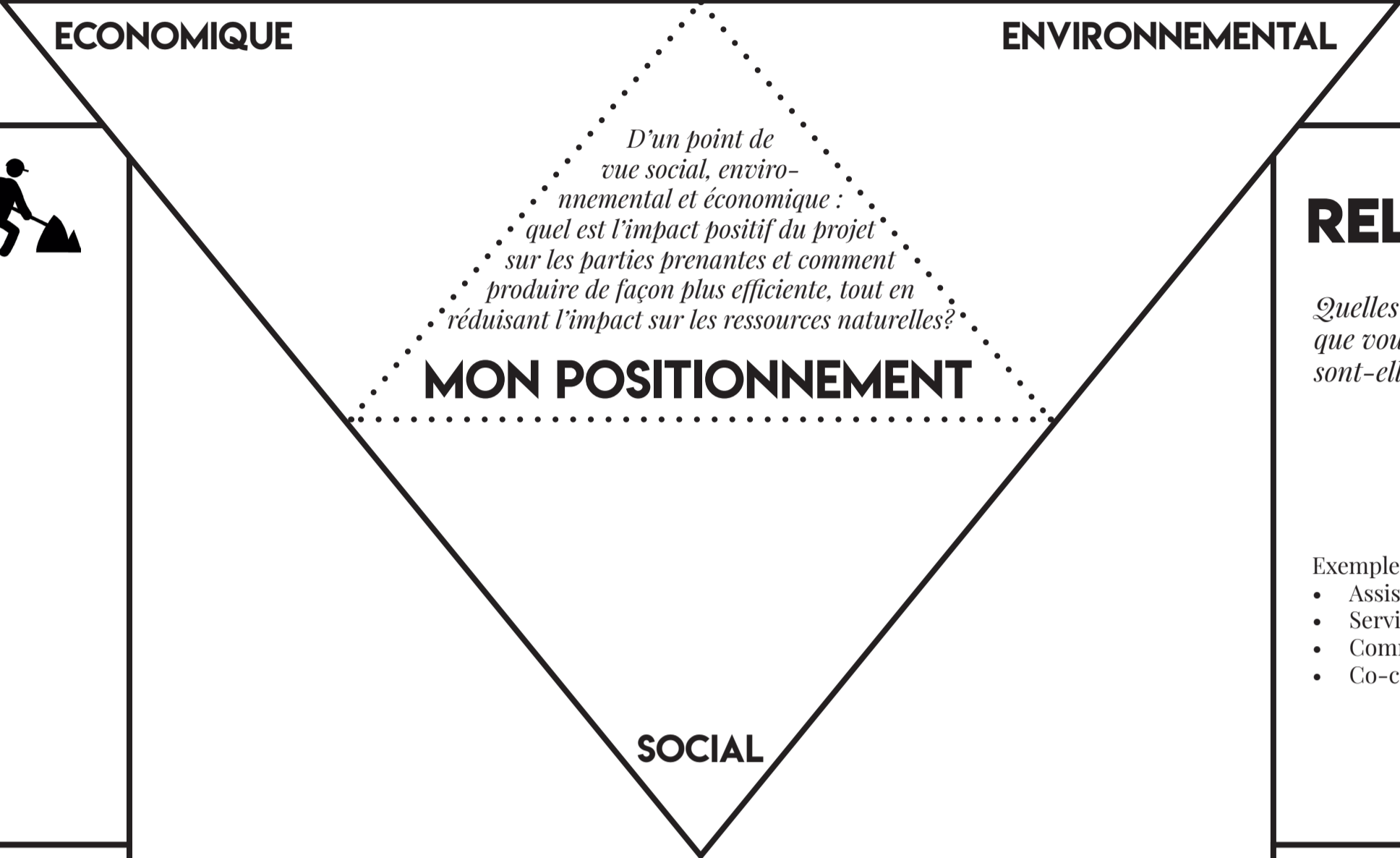


<h2>RAISON D'ÊTRE</h2> <p>La raison d'être est ce qui définit un projet de la manière la plus fondamentale possible : Quel est le sens profond de votre projet ? Pourquoi existe-il ? Qu'est-ce qu'il apporte à vos clients potentiels ? Quelle est sa vocation ?</p>			
<h2>PARTENAIRES CLÉS</h2> <p>Qui sont vos partenaires ? Qui sont vos fournisseurs ? Quelles ressources obtenez-vous auprès de vos partenaires ? Quelles activités clés réalisent vos partenaires ?</p>	<h2>ACTIVITÉS CLÉS</h2> <p>Quelles activités sont nécessaires pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> Votre proposition de valeur ? Vos canaux de distribution ? Votre relation avec les clients ? Vos sources de revenus ? 	 <p>MON POSITIONNEMENT</p> <p>D'un point de vue social, environnemental et économique : quel est l'impact positif du projet sur les parties prenantes et comment produire de façon plus efficace, tout en réduisant l'impact sur les ressources naturelles ?</p>	
<h2>RESSOURCES CLÉS</h2> <p>Quelles ressources clés sont nécessaires pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> Votre proposition de valeur ? Vos canaux de distribution ? Votre relation avec les clients ? Vos sources de revenus ? <p>Types de ressources :</p> <ul style="list-style-type: none"> Physiques Intellectuelles Humaines Financières 	<h2>PROPOSITION DE VALEUR</h2> <p>Quelle valeur apportez-vous aux clients ? Quelles problématiques clients aidez-vous à résoudre ? A quels besoins clients répondez-vous ?</p> <p>Caractéristiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> Nouveauté Performance Personnalisation Design Prix Accessibilité Confort/ utilité 		
		<h2>RELATIONS CLIENTS</h2> <p>Quelles relations chaque segment client souhaite-t-il que vous établissiez et mainteniez avec eux ? Comment sont-elles intégrées dans votre modèle économique ?</p> <p>Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> Assistance personnalisée dédiée Services automatisés Communautés Co-création 	<h2>SEGMENTS CLIENTS</h2> <p>Pour qui créez-vous de la valeur ? Qui sont vos principaux clients ?</p>
		<h2>CANAUX</h2> <p>A travers quels canaux vos segments clients souhaitent-ils être atteints ? Comment les atteignez-vous ? Lesquels sont les plus rentables ?</p>	<p>Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> Marché de masse Marché de niche
<h2>COÛTS</h2> <p>Quels sont vos coûts fixes et variables ? Quelles ressources et activités clés sont les plus coûteuses ?</p>	<h2>RÉAFFECTATION DES BÉNÉFICES</h2> <p>Quel est le modèle de distribution des bénéfices générés par l'activité ? Comment les bénéfices peuvent être répartis pour assurer un partage de richesses équitable ?</p>		<h2>FLUX DE REVENUS</h2> <p>Pour quelle valeur ajoutée vos clients sont-ils prêts à payer ? Comment payent-ils ?</p> <p>Exemples :</p> <p>Vente de biens ; droit d'usage ; abonnements ; location/prêt ; licensing ; frais de courtage ; publicité.</p>
<h2>GOVERNANCE</h2> <p>Comment sont intégrées les parties prenantes dans la prise de décision de votre entreprise ? Quels sont les partenariats mis en place pour répondre de façon optimale aux besoins de vos clients ? Quelle est la gouvernance de votre projet ?</p> <p>Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> actionariales partenariales coopératives participatives 			