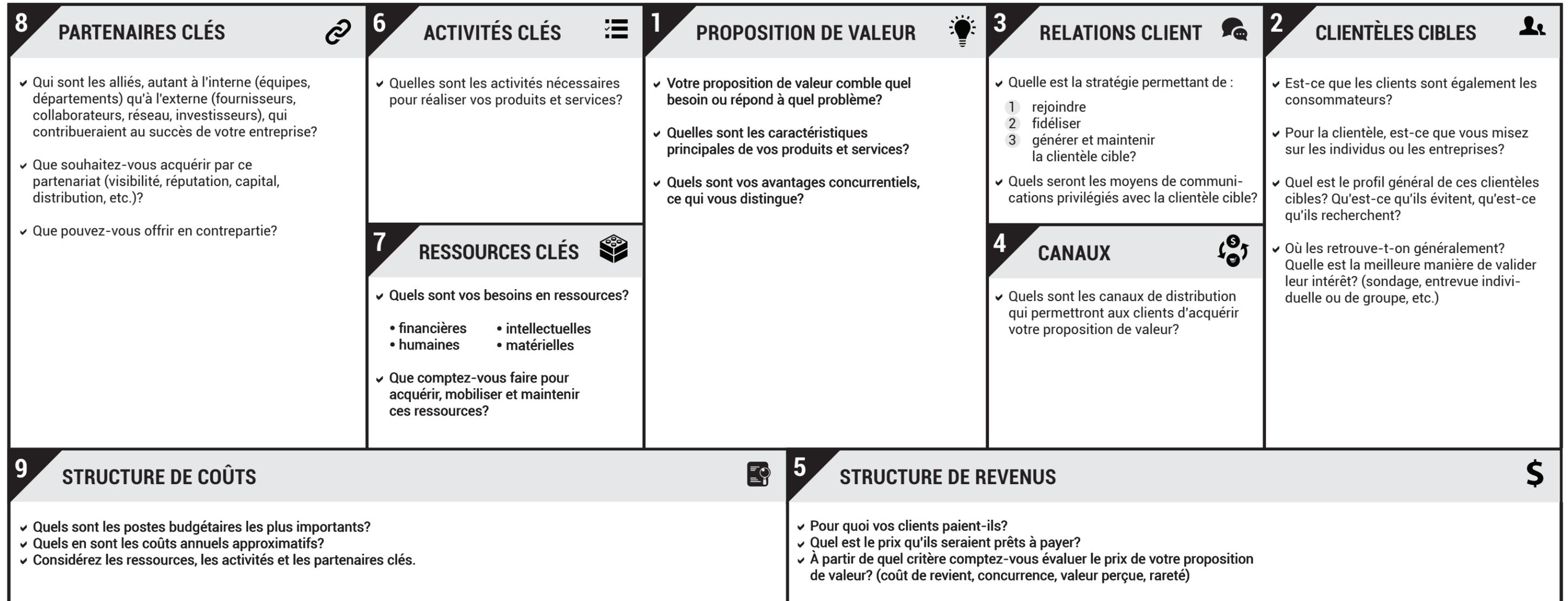


LE CANEVAS DU MODÈLE D'AFFAIRES



QU'EST-CE QUE LE MODÈLE D'AFFAIRES ET POURQUOI L'UTILISER?

Développé par Alexandre Osterwalder et Yves Pigneur dans l'ouvrage *Business model generation*, le modèle d'affaires est un outil conceptuel simple qui permet d'explorer les facettes principales du développement d'une entreprise en démarrage. Il propose une meilleure transition entre l'idée et le plan d'affaires. L'objectif général du modèle d'affaires est de motiver les promoteurs à engager un dialogue avec son environnement pour tester les hypothèses de départ.

LEXIQUE

Proposition de valeur : l'ensemble des produits et des services que vous souhaitez offrir et qui donnent de la valeur à vos clients.

Clientèle cible : découpage de la clientèle en fonction de critères précis. L'identification de ces segments permet la validation de marché du modèle d'affaires.



el.ulaval.ca

418 656-5883
el@el.ulaval.ca

LE CANEVAS DU MODÈLE D'AFFAIRES

Projet : Auteur : Date : Version :

8 PARTENAIRES CLÉS 	6 ACTIVITÉS CLÉS 	1 PROPOSITION DE VALEUR 	3 RELATIONS CLIENT 	2 CLIENTÈLES CIBLES 
	7 RESSOURCES CLÉS 		4 CANAUX 	
9 STRUCTURE DE COÛTS 		5 STRUCTURE DE REVENUS 		



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

Cette oeuvre est mise à la disposition selon les termes d'attribution et de partage des conditions de la licence Creative Commons. Pour consulter une copie de cette licence, visiter <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.fr> ou rédigez une lettre à l'attention de Creative Commons, 171 2nd Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Contenu des sections et présentation de la matrice du modèle d'affaires :
© Tous droits réservés 2016 Entrepreneuriat Laval

Restez concis. Validez vos hypothèses. Assurez la cohérence des sections.

Le chiffre en haut à gauche des sections représente l'ordre de progression. Si vous éprouvez de la difficulté à compléter une section, c'est probablement un risque important de votre modèle d'affaires.

- A. Pour structurer votre étude de marché, portez attention aux sections 1, 2, 3, 4.
- B. Pour évaluer la faisabilité, portez attention aux sections 1, 6, 7 8.
- C. Pour examiner la rentabilité, portez attention aux sections 5 et 9.



el.ulaval.ca

418 656-5883
el@el.ulaval.ca