

Agro'Up#5 : Innovez avec le Business Model Canvas !



Vous souhaitez prendre de la hauteur sur la vision globale de votre entreprise ?

Vous voulez développer de nouveaux produits et identifier de nouveaux leviers d'innovation ? **Testez le Business Model Canvas !**

Un outil puissant pour avoir une vision globale de votre entreprise et pour mieux explorer, partager en interne et concrétiser vos nouvelles idées !

Le Business Model Canvas a été inventé et modélisé en 2004, par Alexander Osterwalder, CEO de Strategyzer qui cherchait à comprendre les clients, à créer de meilleurs produits et à participer au développement des entreprises.

Ce document de synthèse vous apporte des informations sur les outils **Value Proposition Canvas et Business Model Canvas et les étapes à suivre pour l'appliquer en interne dans votre entreprise**. Il reprend les outils présentés lors de deux demi-journées Agro'Up, les 5 et 25 juin 2018 organisées par le [CERTIA INTERFACE](#). N'hésitez pas à contacter le CERTIA INTERFACE si vous avez besoin d'information complémentaire !

Quelques règles avant de commencer votre Business Model

Pour vous pencher sur votre business model existant ou le développer, il vaut mieux travailler en groupe. L'idéal est de réunir 5 à 6 participants, salariés de votre entreprise, avec des profils diversifiés et de convier une personne qui jouera le rôle d'animateur.

La durée de l'exercice peut varier de 2 à 4 heures pour un business model existant (jusqu'à deux jours si le modèle n'est pas encore créé).

L'idéal est d'imprimer **sur des grandes feuilles les différentes matrices** (Canvas), de préparer des post-it de différentes couleurs et des feutres. (cf liens en dernières pages)

Vous devez disposer d'une salle confortable avec une table, chaises, et des supports pour afficher les matrices. Il faut prévoir également du café, boissons, biscuits, etc...pour que vos participants aient tout ce qu'il faut pour passer un agréable moment.

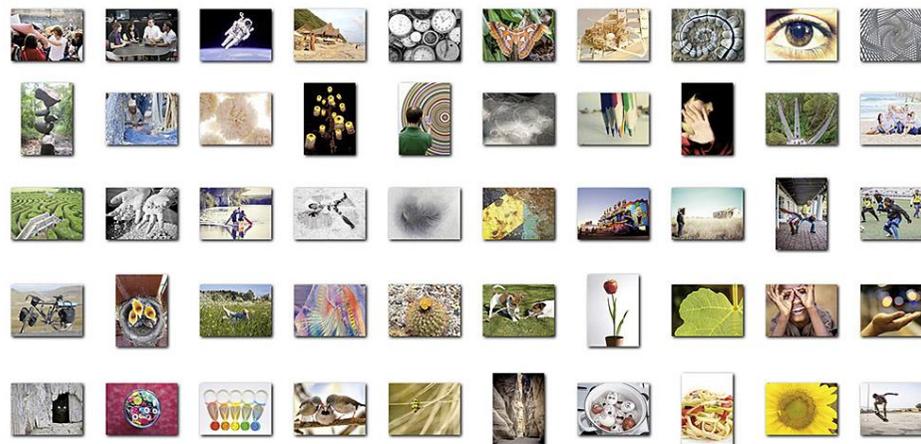
Avant de démarrer la séance, l'animateur doit rappeler aux participants **les règles** pour que l'exercice se déroule correctement. (ci-contre)



Puis, pour « **briser la glace** » entre les différents participants, l'animateur pourra commencer la séance en faisant un exercice de **photolangage**. Il faut au préalable prévoir 50 photos très variées. L'idée est de faciliter le dialogue et les échanges pour la suite.

L'animateur pose une question assez large en lien avec le sujet de la séance : par exemple : *qu'est-ce-que c'est pour vous un produit innovant ?* ou *Comment identifiez-vous les besoins de vos clients pour leur proposer les bons produits et services ?*

Chaque participant sélectionne une photo (laissez quelques minutes) et chacun explique librement pourquoi il a choisi cette photo.



D'autres exercices pour briser la glace ! <http://www.atelier-collaboratif.com/briser-la-glace.php>

Le Value proposition Canvas

Le canevas de proposition de valeur (Value Proposition Canvas) permet de :

- Comprendre le **profil du client sur la base de son environnement, ses préoccupations, ses aspirations**
- Créer une proposition de **valeur sur la base des attentes du client**.

L'étape I - Détermination du profil (le segment client)

Focalisez la première partie de l'atelier sur le **profil de l'utilisateur** (ou du client). Demandez aux participants de réfléchir en groupe sur les étapes 1 à 3 du modèle à savoir :

1. Les tâches/aspirations des clients

Les aspirations décrivent ce que vos clients essayent de réaliser ou d'obtenir dans leur travail ou leur vie personnelle. Il peut s'agir **des tâches** qu'ils s'efforcent d'accomplir et de mener à bien, des **problèmes** qu'ils tentent de résoudre ou des besoins qu'ils cherchent à satisfaire, lorsqu'ils réalisent un action en lien avec votre offre/votre produit (par exemple, pour un produit comme les plats préparés : manger un repas complet, manger rapidement...).

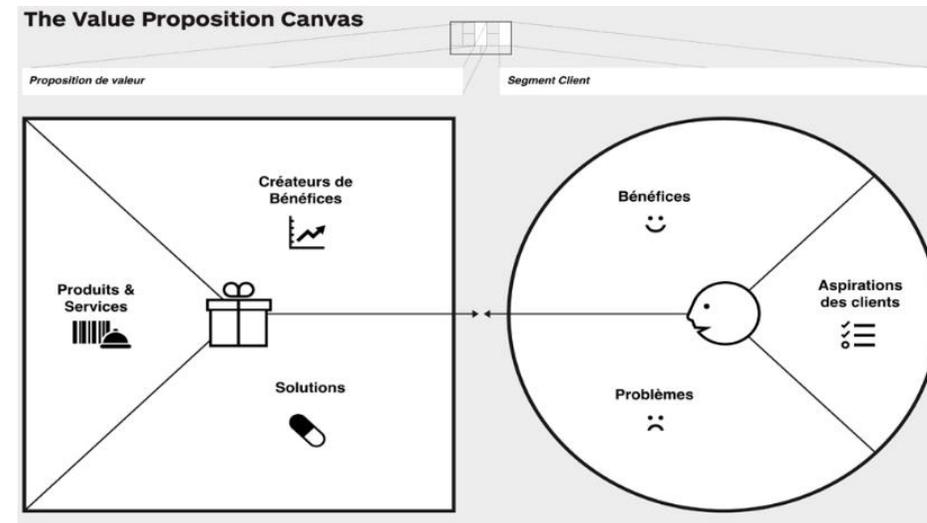
2. Les bénéfices /gains

Les bénéfices décrivent **les résultats et les avantages** que veulent vos clients. Certains sont requis, attendus ou désirés par les clients et d'autres les surprendraient. Les bénéfices recouvrent l'utilité fonctionnelle, les bénéfices sociaux, les émotions positives et les économies de coûts.

3. Les problèmes/peurs

Les problèmes décrivent tout ce qui **ennuie** vos clients avant, pendant et après l'accomplissement d'une aspiration ou ce qui les empêche simplement de réaliser une aspiration. Les problèmes décrivent également les risques, c'est-à-dire les résultats négatifs potentiels, associés à la mauvaise exécution d'une aspiration ou à sa non-réalisation pure et simple.

Après avoir complété le profil de la clientèle cible, il faut ensuite compléter **la proposition de valeur**. Cet outil est décomposé également en 3 parties.



Etapes 2 - Proposition de valeur (votre produit/service)

4. Les produits & services

L'animateur doit demander dans un premier temps de déterminer les fonctionnalités que vos produits offrent aux utilisateurs et qui répondent à leurs attentes. Vous devez donc d'abord lister **tous les produits et services** autour desquels votre proposition de valeur est construite.

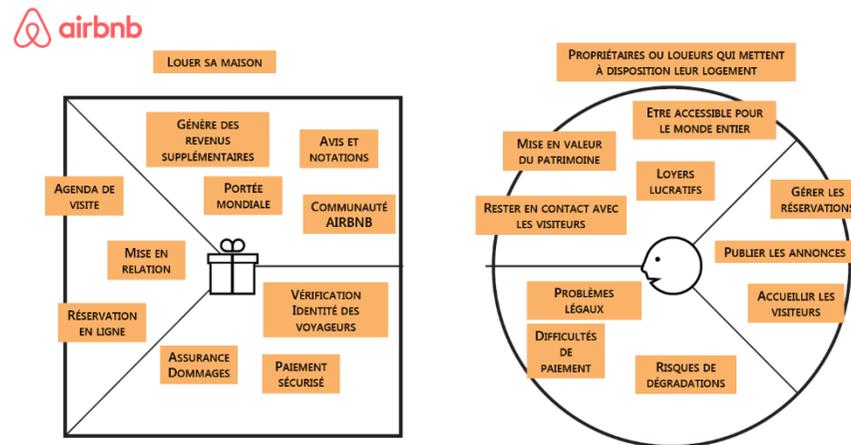
5. Soulageurs de Maux/solutions

Les solutions décrivent précisément comment vos produits et services contribuent à soulager tel ou tel problème du client. Elles explicitent comment vous envisagez de **supprimer ou d'atténuer certaines des choses** qui ennuient vos clients avant, pendant ou après qu'ils essayent de réaliser une aspiration ou qui les empêchent de le faire.

6. Les créateurs de bénéfices

Les créateurs de bénéfices décrivent comment vos produits et services créent des bénéfices pour les clients. Ils explicitent comment vous envisagez de produire des **résultats et des bénéfices** que vos clients attendent, souhaitent ou qui les surprendraient – utilité fonctionnelle, bénéfices sociaux, émotions positives et économies de coûts notamment.

Exemple de VPC pour Airbnb



Vidéo explicative :

https://www.youtube.com/watch?v=BFK_WMkshL8

Étapes 3 - Le Business Model Canvas

« Un modèle économique décrit les principes selon lesquels une organisation crée, délivre et capture de la valeur »

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

Avec le Value proposition Canvas, l'objectif est de montrer aux utilisateurs/clients en quoi le produit ou service que vous apportez répond exactement aux **besoins, difficultés et bénéfices** qu'ils recherchent. Cette première étape est de créer un produit ou service, accompagné d'une argumentation pertinente basée sur les 3 précédents points.

Une fois le produit ou le service défini, il reste à l'intégrer dans **votre modèle économique** ; avec l'outil du « business model canvas ». L'objectif étant de vous assurer que vos clients sont prêts à payer pour le service ou produit que vous proposez.

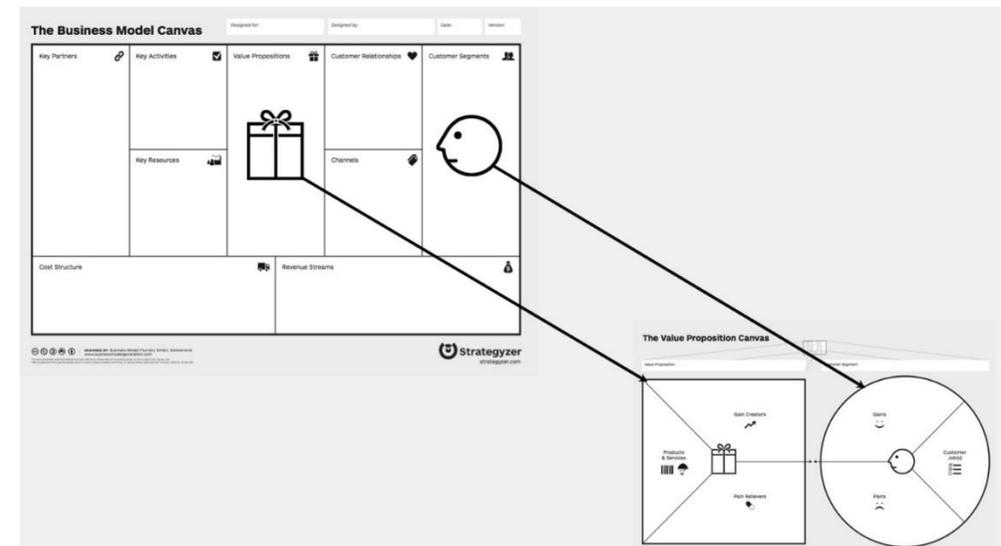
Le Business Model Canvas se représente sous la forme d'un tableau simple de **9 briques** reprenant les principaux éléments du modèle économique d'une entreprise :

- l'offre ou la « proposition de valeur » (au centre),
- les segments de clientèle,
- les canaux de distribution,
- la relation client,
- les activités clés (fonctions de l'entreprise nécessaires pour produire l'offre),
- les ressources clés,
- les partenaires clés,
- la structure des coûts,
- la structure des revenus.

Le *business model canvas* est un outil de réflexion vivant, qui peut être adapté, raturé, ou utilisé comme **support de brainstorming**.

Explication : Tout l'intérêt du *business model canvas* est de montrer les liens entre les différentes briques, et d'arriver à une **cohérence globale du modèle économique** :

- l'**offre** est une réponse aux besoins des segments de clientèle,
- la **relation client** doit apporter des avantages au client mais aussi à l'entreprise,



- les **canaux de distribution** permettent de relier l'offre et les clients,
- les **activités clés** permettent de produire l'offre,
- les **ressources** et les **partenaires clés** se mettent au service des activités clés qui permettront de produire l'offre,
- l'activité de l'entreprise définit **sa structure des coûts**,
- l'offre, le réseau de distribution et la politique de relation client définissent la **structure des revenus**.

Vous trouverez en dernière page le lien pour télécharger le business model Canvas. Je vous invite à le modifier et à le faire évoluer dans le temps !

Dernière étape : mettre en place un plan d'action

Représenter le modèle économique de votre entreprise avec ce canevas vous permet de mettre en lumière les éléments qui vous caractérisent.

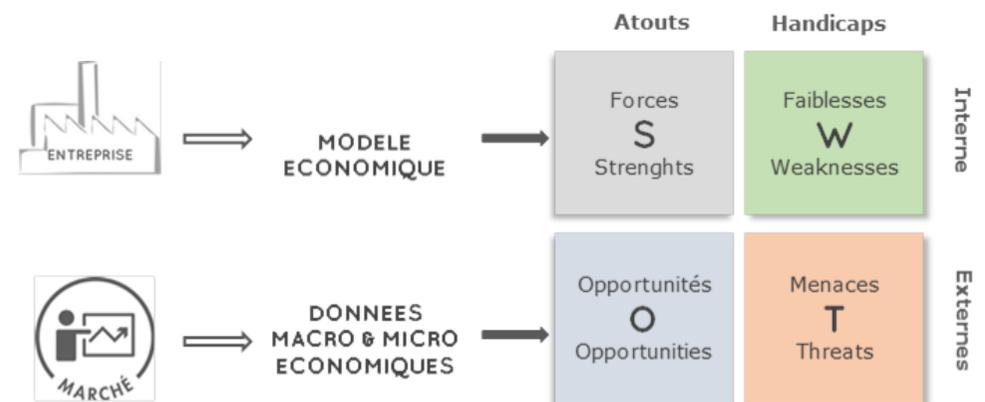
Vous pouvez valoriser ces informations pour vous différencier de vos concurrents ou pour élaborer une stratégie. Pour mettre en place un plan d'action, vous pouvez ensuite placer sur un SWOT les différents éléments de votre Business Model Canvas. Le SWOT vous permet d'étudier les Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces de votre Business Model. Le terme SWOT est un acronyme issu de l'anglais : Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces).

Sur chaque bloc du Business Model Canvas, vous pouvez vous poser les questions suivantes :

- Quelles sont les Forces ?
- Quelles sont les Faiblesses ?
- Quelles sont les opportunités ?
- Quelles sont les menaces ?

A partir du SWOT, vous pouvez ensuite choisir les 5 propositions qui vous semblent les plus intéressantes et construire un plan d'action.

Maintenant, c'est à vous de jouer !



| Quoi ? | | Qui ? | Comment ? | Quand ? | | Combien ? |
|-----------------|-------------|-------------|-----------------------------|------------|----------|----------------------|
| Nom de l'action | Description | Les acteurs | Budget et autres ressources | Date début | Date fin | Critères de réussite |

Outils à imprimer (sur le site Onopia.com):

- Value Proposition Canvas : <https://onopia.com/value-proposition-canvas-francais/>
- Business Model Canvas : <https://onopia.com/telechargez-business-model-canvas-francais-grand-format/>
- SWOT : <https://onopia.com/wp-content/uploads/2017/01/Onopia-SWOT-Canvas.jpg>

Canvas détaillés :

- Value Proposition Canvas : [https://business-builder.cci.fr/uploads/files/Atelier%20BM_VP_Canvas_en%20fran%C3%A7ais\(1\).pdf](https://business-builder.cci.fr/uploads/files/Atelier%20BM_VP_Canvas_en%20fran%C3%A7ais(1).pdf)
- Business Model Canvas : <https://onopia.com/telechargez-business-model-canvas-francais-grand-format/>

Livres :

- Business model : Nouvelle Génération : <https://livre.fnac.com/a3609174/Alexander-Osterwalder-Business-model-nouvelle-generation>
- La méthode Value Proposition Design : <https://livre.fnac.com/a8121876/Alexander-Osterwalder-La-methode-Value-Proposition-Design#int=S:Suggestion|FA:LIV:Fiche%20Article|NonApplicable|8121876|BL1|L1>

Site internet des créateurs du Business Model Canvas (en anglais) :

<https://strategyzer.com/> (nombreux outils téléchargeables en ligne)

Pour nous contacter :



369 rue Jules Guesde – Villeneuve d’Ascq

Mail : contact@certia-interface.fr /tél : 03 20 91 57 35

www.certia-interface.fr