

SolidCreativity

Conseil et Formation - Créativité et Innovation



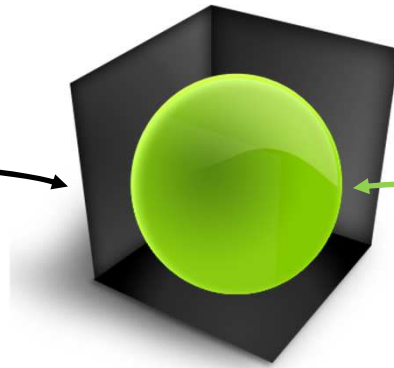
AfterWork

Inventez un Business Model Innovant

Solid + Creativity

Bonjour, je suis Pascal Jarry

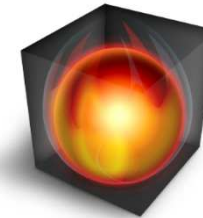
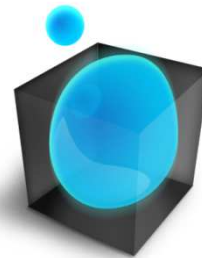
En 2004 j'ai fondé SolidCreativity



SolidCreativity

Un Cabinet

- Conseil
- Formation
- Coaching



En France, Allemagne, UK, Espagne

- Réseau de consultants-formateurs affiliés
- France et Europe

Sur la Créativité et l'Innovation

- Méthode de créativité convergente
- Gestion Agile de projets innovants
- Management spécifique d'équipes R&D



Résolution
Conception
Business Model
Éco-Innovation

Avant de commencer...

Citez moi des innovations à succès de ces dernières années :
(tous domaines, bien ou service)

-

-

-

-

-

-

On les note pour plus tard !

Business Model : erreurs fréquentes

Souvent on confond :

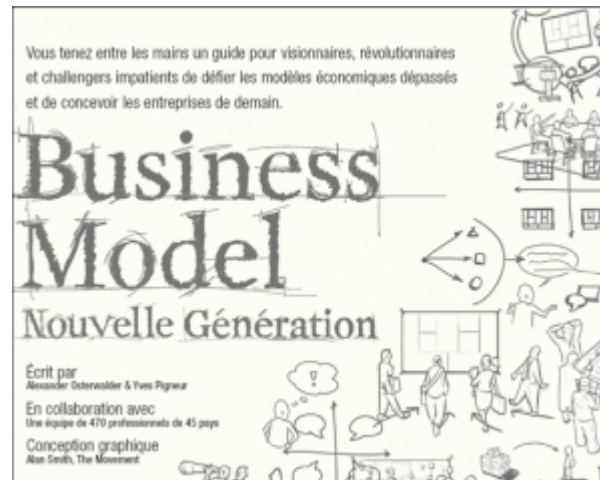
- Business model
- Business plan
- Courbe de valeur
- Value proposition
- Image d'entreprise...



Business Model !

Selon « Business Model Nouvelle Génération »

(Alexander Osterwalder et Yves Pigneur)



« Un modèle économique (*ou business model*)
décrit les principes selon lesquels une organisation
crée, délivre et capture de la valeur. »

Un BM identifie une Activité

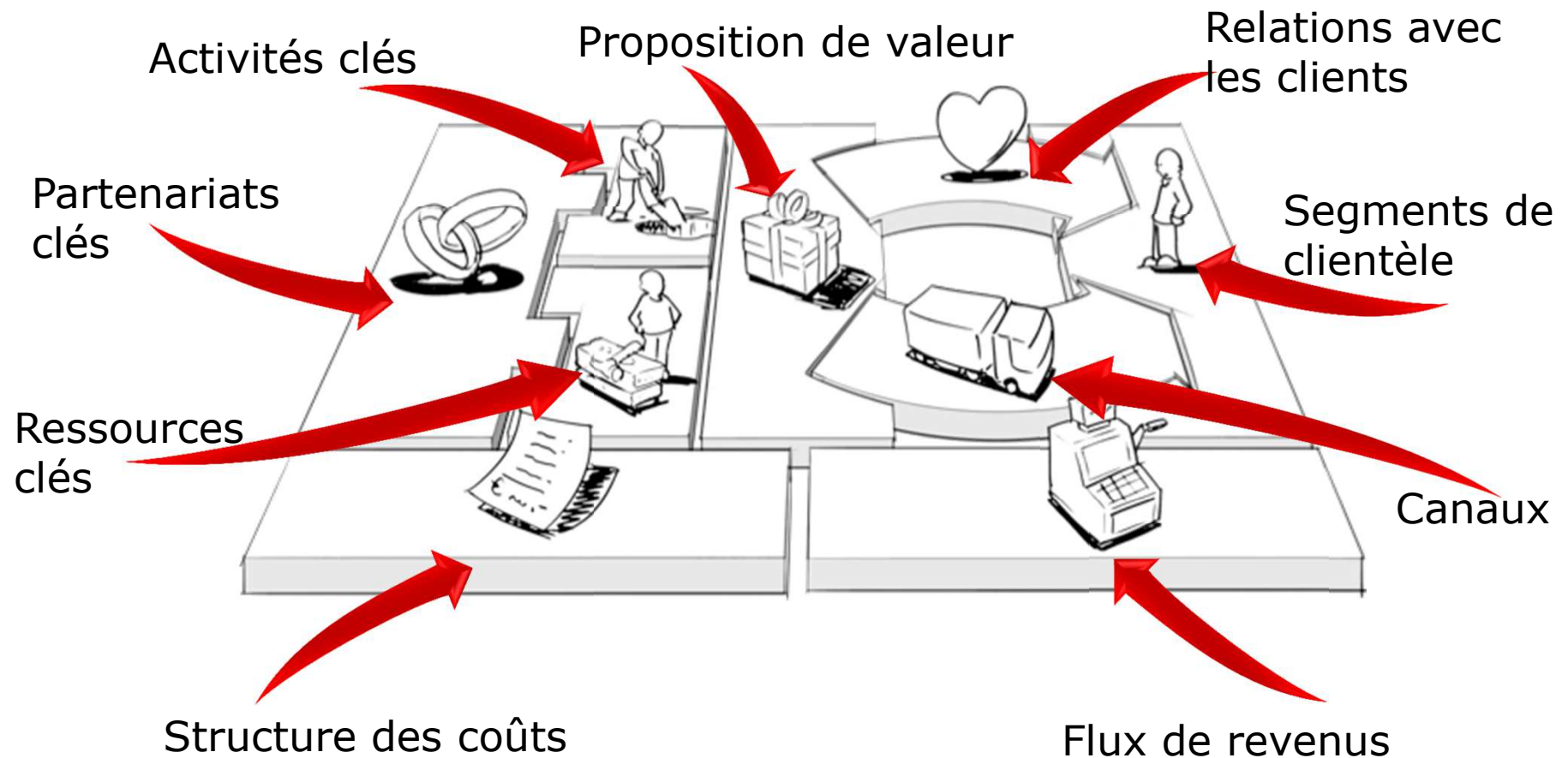


Le chat est la preuve qu'on
ne peut pas faire de BM sur tout.

Mais SI on peut faire un Business Model...
alors on peut faire un **Canvas**.

Business Model Canvas

Voici les 9 éléments représentés graphiquement



Business Model Canvas

Business Model Canvas



Entreprise / Activité :

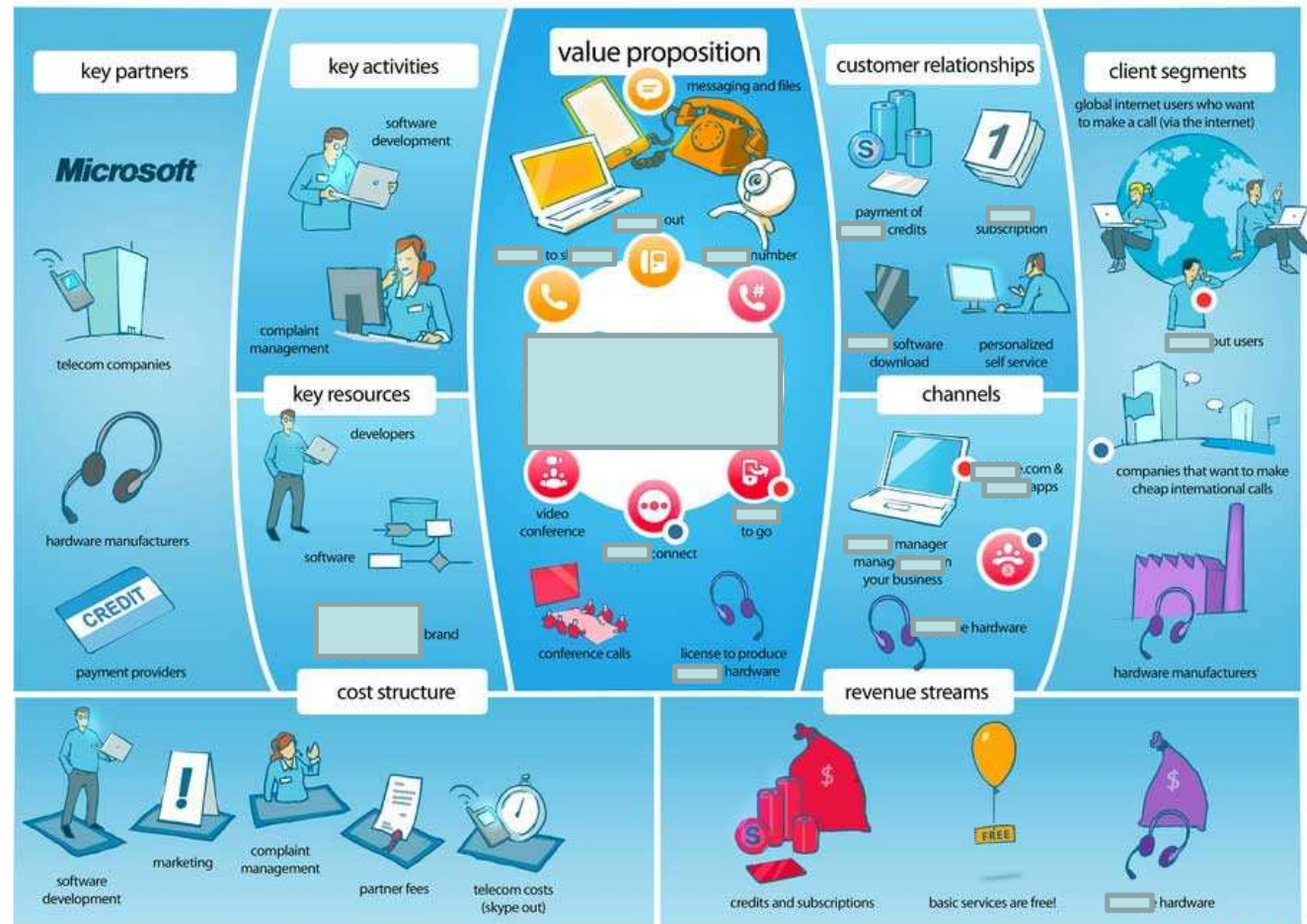
Date :

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 ?	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 ?	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 ressource l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ?	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 ?	Segments de clientèle Quels sont les segments de clientèle cibles ? Pour qui crée-t-on de la valeur ?
Structure des coûts Quels sont les coûts (dépenses) les plus importants générés ? Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ? Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?	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 ?		Canaux de distribution À 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 ?	
			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 ?	

Exemple de Business Model Canvas



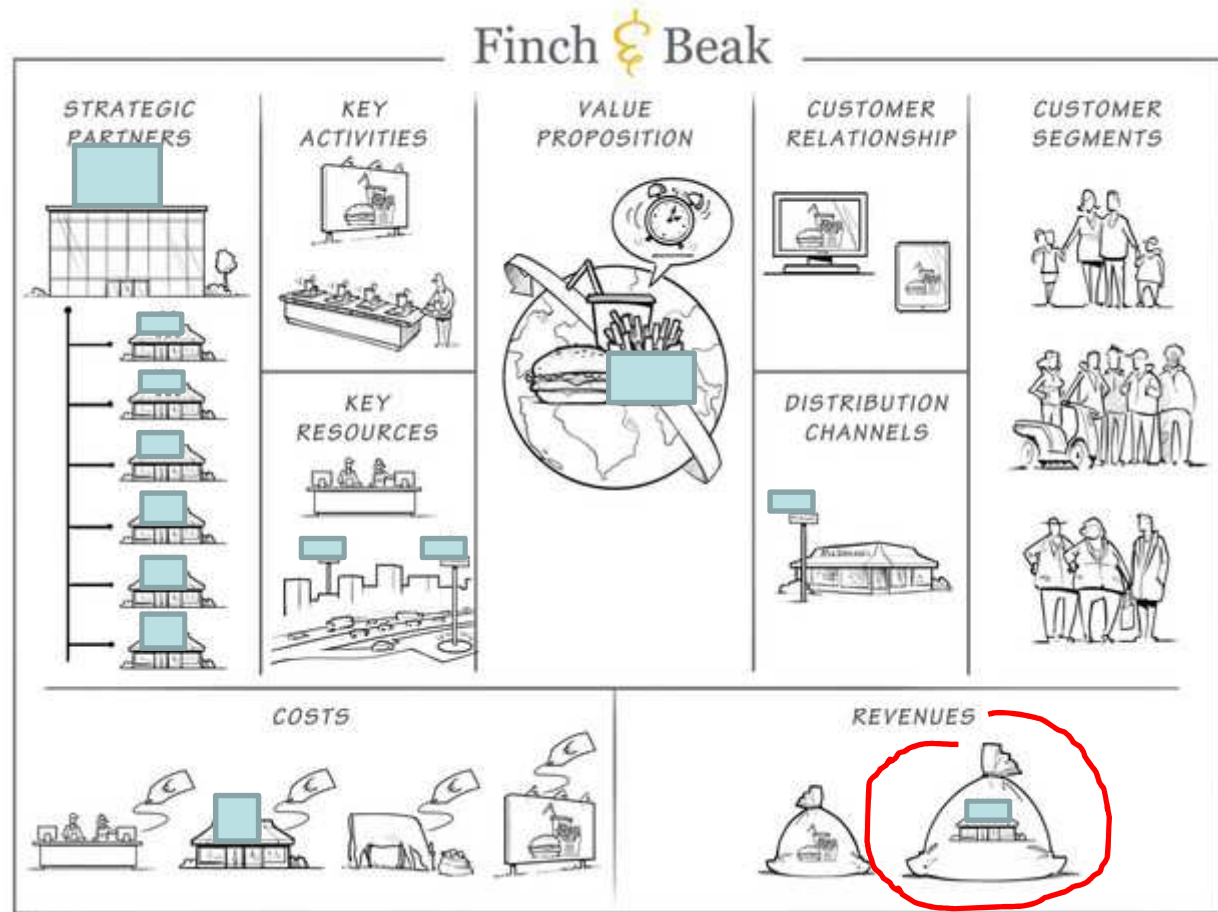
Identifiez ce Business Model Canvas



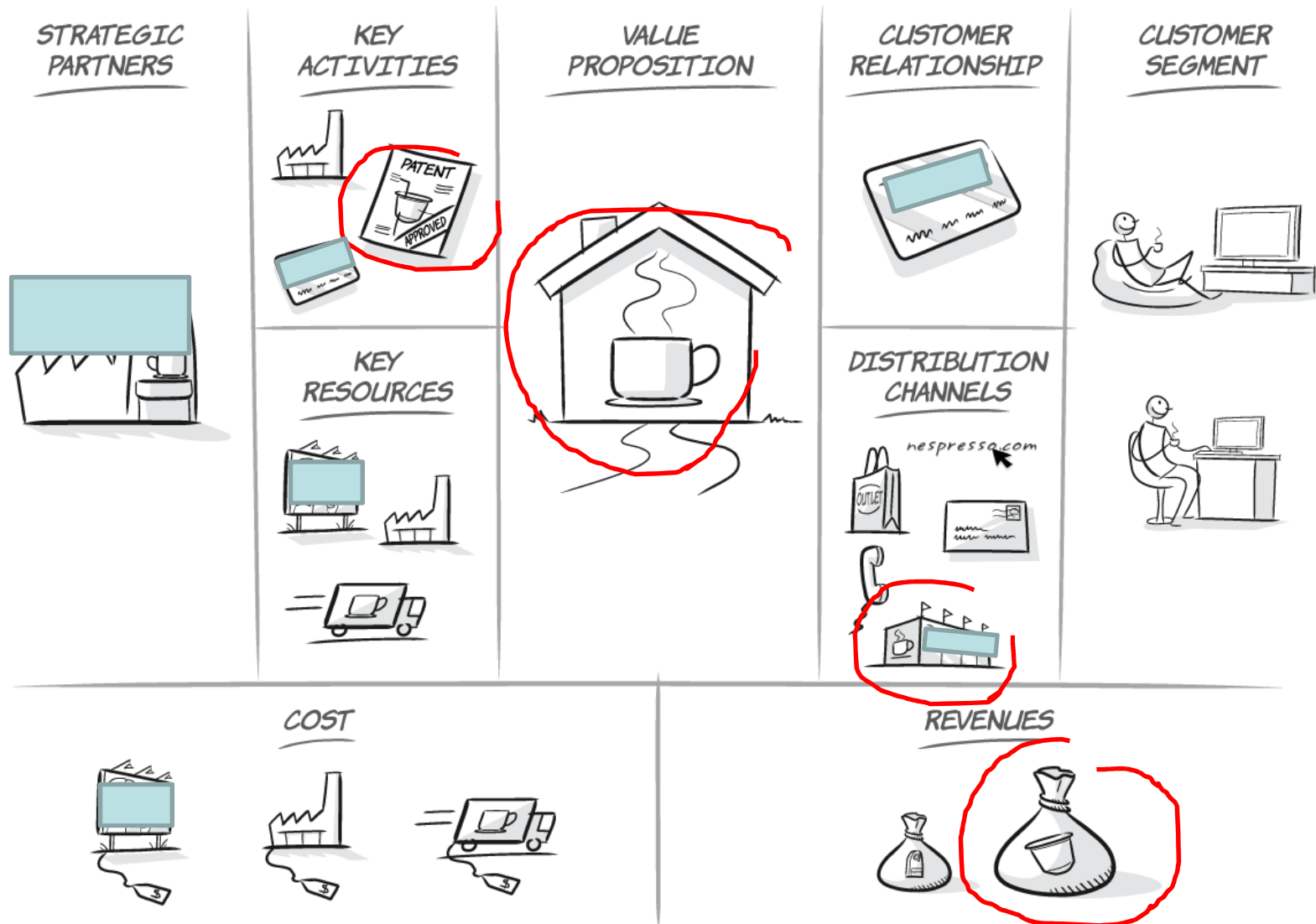
WWW.BUSINESSMODELGENERATION.COM

© 2011 BUSINESS MODELS INC
WWW.BUSINESSMODELSINC.COM BUSINESS MODELS INC

Identifiez ce Business Model Canvas

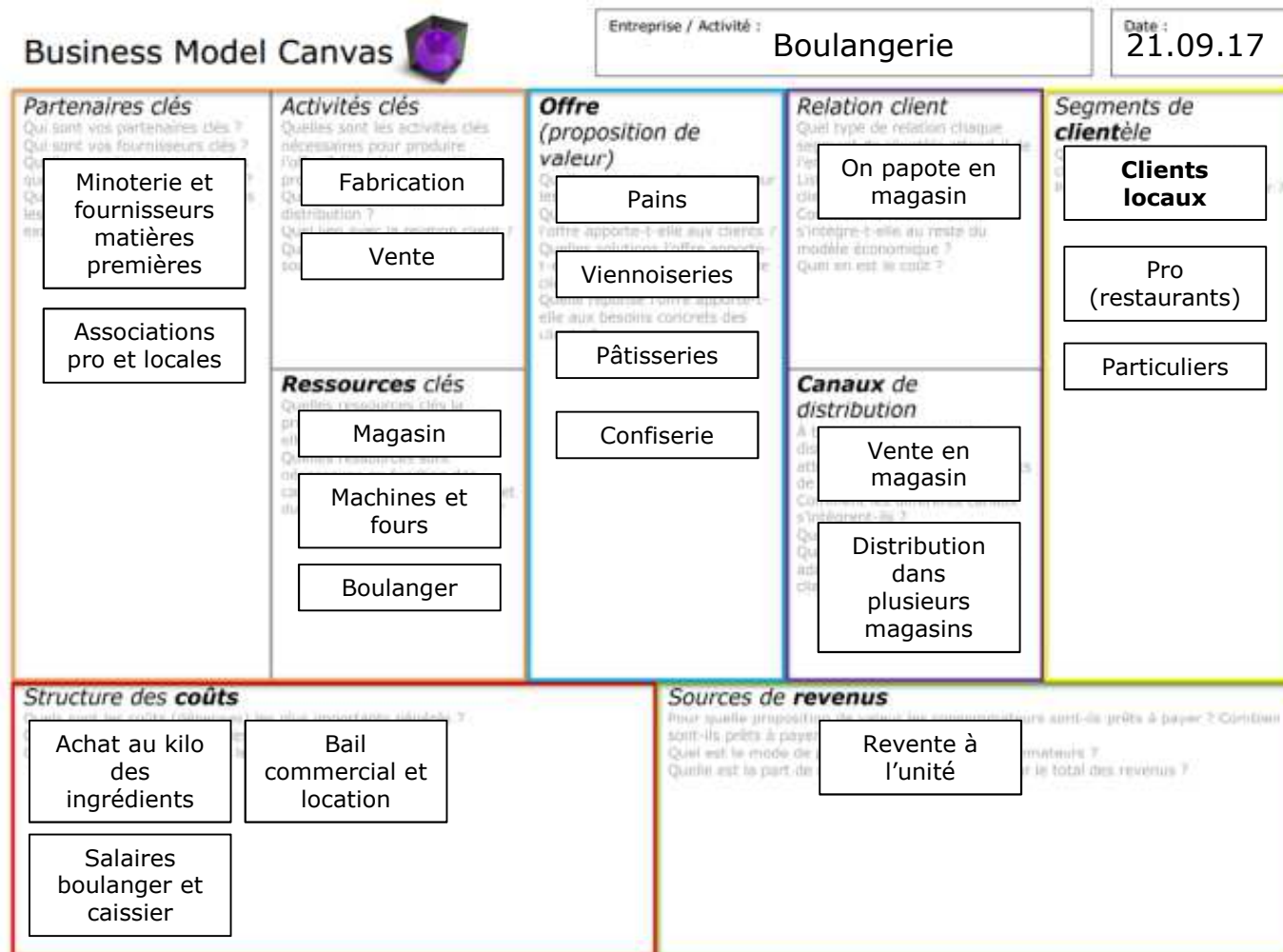


Identifiez ce Business Model Canvas



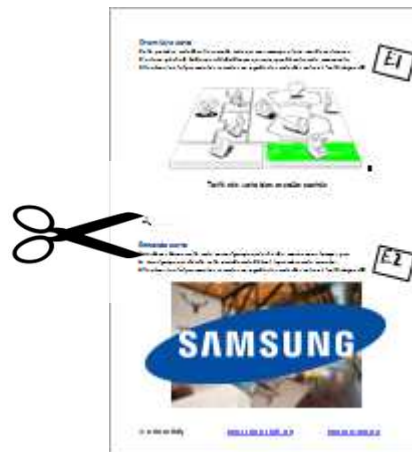
Business Model Canvas TPE ?

Le Canvas n'est pas réservé aux grandes sociétés.



Jeu : Marques et Canvas

Retrouvez ce jeu sur www.ASIT-BIM.com



Différents Business Model (Canvas)

On constate différents business models (et donc Canvas)

		Business Model	
		Tradi	Innovant
Produit (bien / service)	Tradi.	Boulangier	EasyJet
	Innovant	Ampoule LED	Nescafé

Plaçons les innovations à succès que vous avez listées !
Si on ne peut/veut pas innover en produit et service,
on peut quand même agir sur le Canvas !

Voyons la différence entre améliorer et innover un Canvas

Business Model Canvas Rasoirs

Agissons sur le BM d'un fabricant de rasoirs en 1895

Amélioration



Innovation



Business Model Canvas Rasoirs

Agissons sur le BM d'un fabricant de rasoirs en 1895

Amélioration



Innovation

Le Rasoir de Sûreté "GILLETTE" est le seul rasoir du monde dont la lame, par sa courbure, s'adapte au visage et donne l'angle voulu pour se raser facilement.

Cette courbure de la lame rend non seulement le "GILLETTE" plus facile à employer mais encore fait qu'il s'applique de plus près à la peau et rase plus complètement et plus doucement que toute autre lame.

" SE RASER BIEN ET CONFORTABLEMENT "

Jusqu'à ce que vous vous serviez d'un GILLETTE vous ne saurez pas ce que cela veut dire.

Le "GILLETTE", triplement argenté, en écrin, avec 12 lames de rechange. **PRIX : 25 fr. franco.**

En VENTE :
chez tous les COUTELIERS, COIFFEURS, ORFÈVRES, etc.
et dans tous les Grands Magasins.

GILLETTE SAFETY RAZOR Ld.,
17, Holborn Viaduct, LONDRES E. C.

Gillette **Rasoir de Sûreté**
NI RÉPASSAGE NI AFFILAGE

Publié par PAZ et SILVA — PARIS

Améliorer ou innover ?

Il ne faut pas « innover pour innover » et on constate que
une innovation n'est pas supérieure à l'original !

Amélioration

Innovation

Air France / **EasyJet**
(Service moindre et coûts cachés)

Nokia / **iPhone**
(Fragile et faible autonomie)

Paris Taxi / **Uber**
(Plus cher aux heures pleines et politique sociale améliorable)

Améliorer ne rattrape pas une innovation !!!

Facile d'innover ?

Il semble plus simple d'innover en BM qu'en produit / service...

Échangeons sur ce point.

Innovation Produit

-
-
-
-
-



VS

Innovation Business Model

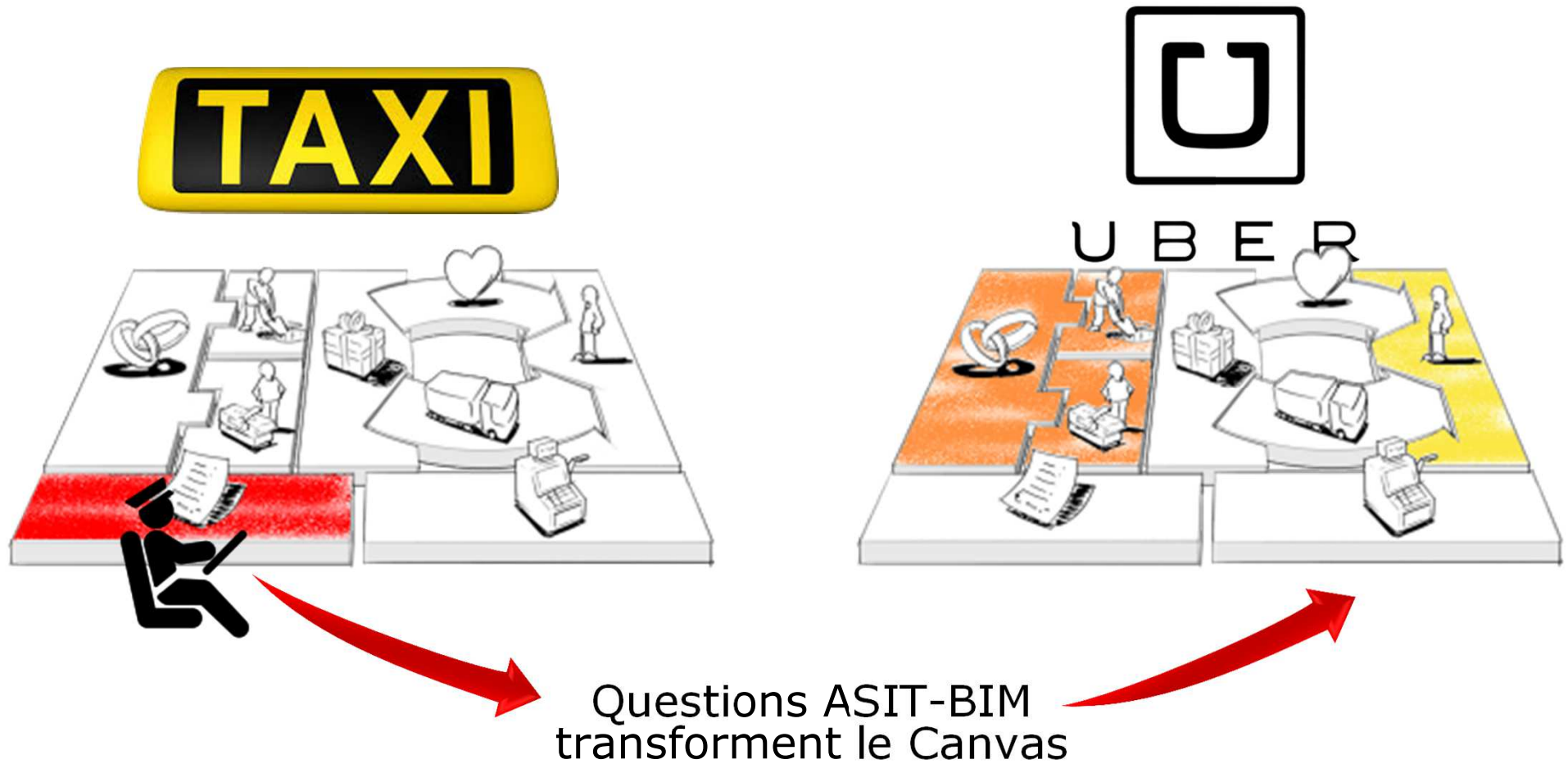
-
-
-
-
-



Bon, on veut innover, mais comment faire ?

L'ADN de l'innovation !?

ASIT-BIM innove en modifiant l'« ADN du Canvas »



Alors comment triturer un BM ?

Sur **www.ASIT-BIM.com** on voit que 3 mécanismes suffisent à expliquer / reproduire toutes les innovations BM possibles !

C'est un peu comme modifier l'ADN du Canvas.



Action : comment les éléments du Canvas permettent d'atteindre l'objectif, éventuellement en les dupliquant, modifiant ou en les faisant varier.

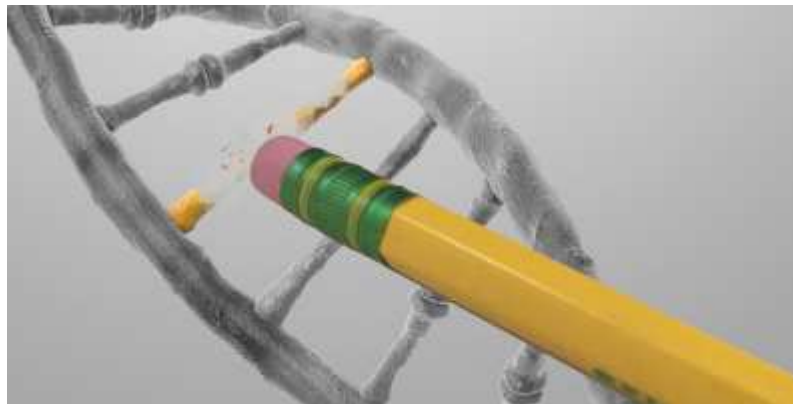
Décalage : comment un décalage des éléments du Canvas (ordre ou emplacement), peut atteindre l'objectif. Certains décalages peuvent se faire à l'intérieur du Canvas.

Suppression : on supprime des parties des éléments du Canvas (complètement, partiellement, momentanément) pour atteindre l'objectif.

On va regarder Suppression.

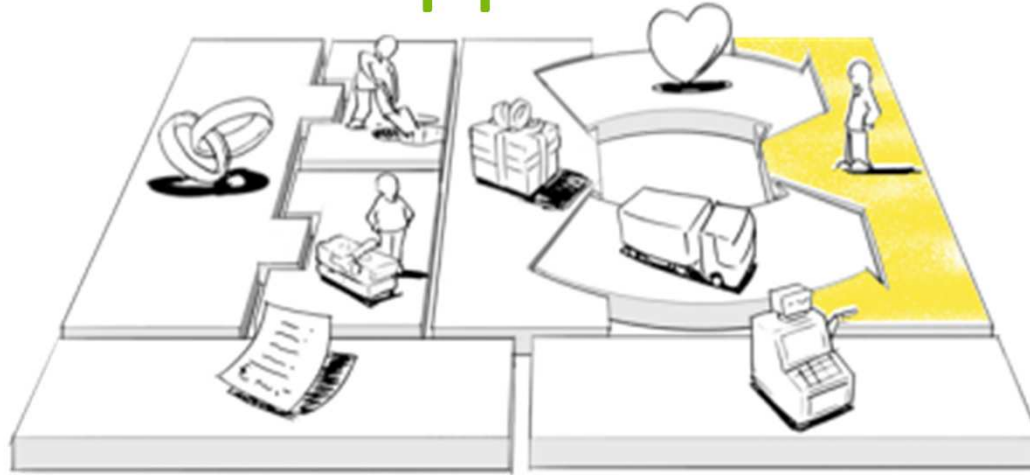
Outil ASIT-BIM : Suppression

Suppression : on supprime des parties des éléments du Canvas (complètement, partiellement, momentanément) pour atteindre l'objectif.



Pour générer des idées, ASIT-BIM pose des questions comme :
« Comment **supprimer** un Client pour [booster l'activité] ? »

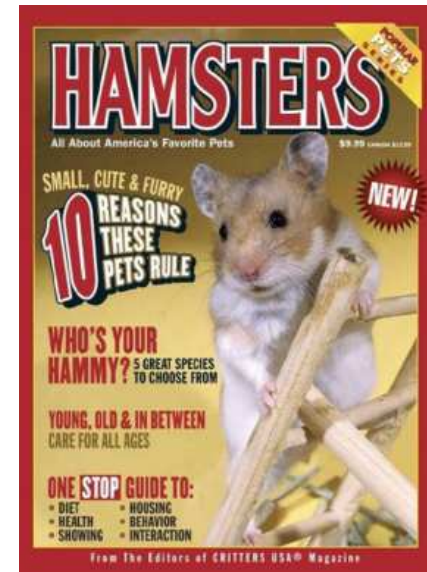
13 : Question Suppression avec Client



Comment supprimer un **Client** pour [booster l'activité] ?

Possible ???

Se focaliser sur certains **Clients** permet de les interpeler (plutôt que de vouloir vendre à tout le monde) et crée du lien.



14 : Question Suppression avec Offre



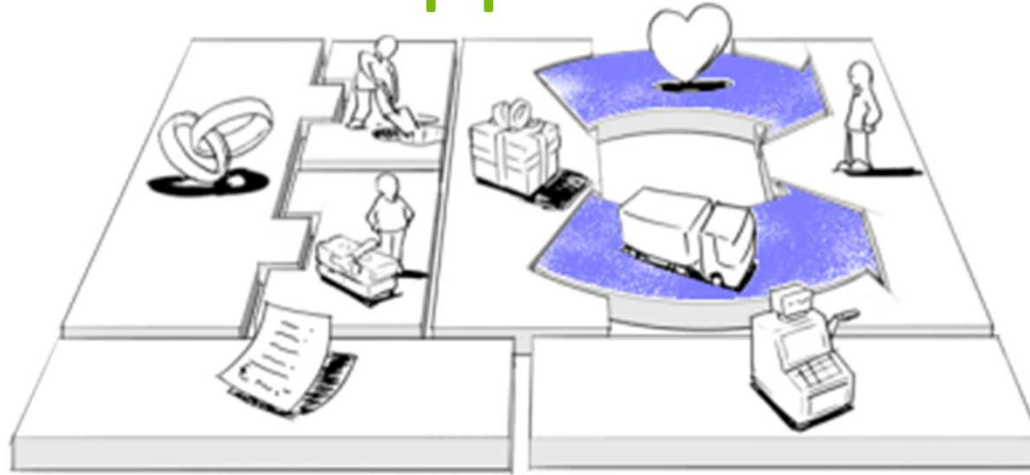
Comment supprimer une **Offre** pour [booster l'activité] ?

Possible ???

Se focaliser sur une **Offre** réduite donne une image de spécialiste.
Ex : Magasin de chaussures de running.



15 : Question Suppression avec Canal



Comment supprimer un **Canal** pour [booster l'activité] ?

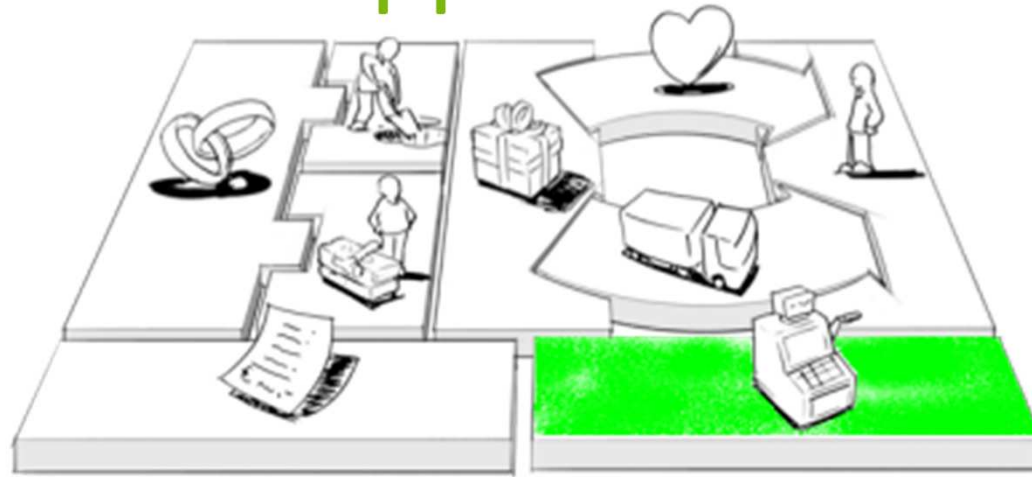
Possible ???

Certains films ne sortent pas au cinéma mais uniquement sur un **Canal** spécifique.

Aussi : AMAP / Péi.



16 : Question Suppression avec Revenu



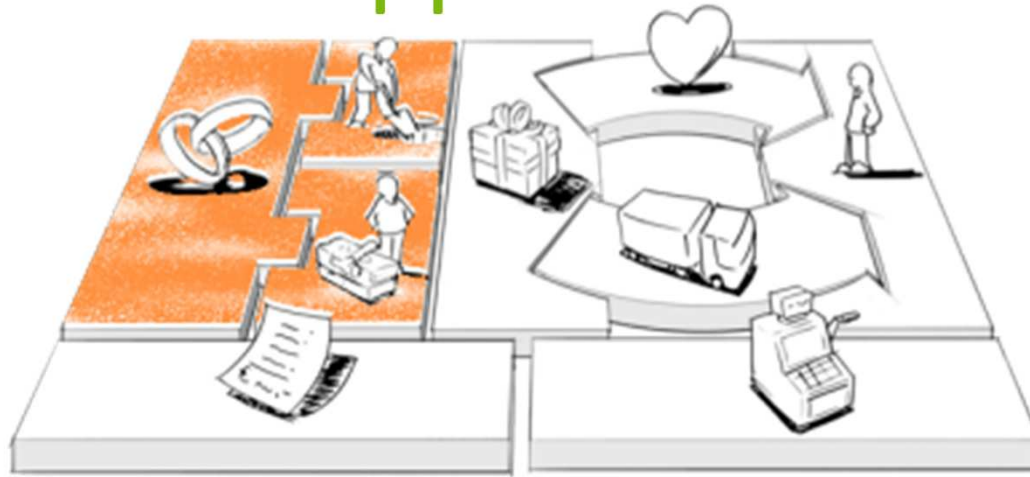
Comment supprimer un **Revenu** pour [booster l'activité] ?

Possible ???

L'anticafé qui n'a pas de **Revenus** sur les ventes de café mais fait payer au temps passé.



17 : Question Suppression / Ressources



Comment supprimer une **Ressource** pour [booster l'activité] ?

Possible ???

Proposer un compte bancaire
sans les **Ressources** d'une banque.
Le Compte Nickel est chez les buralistes.



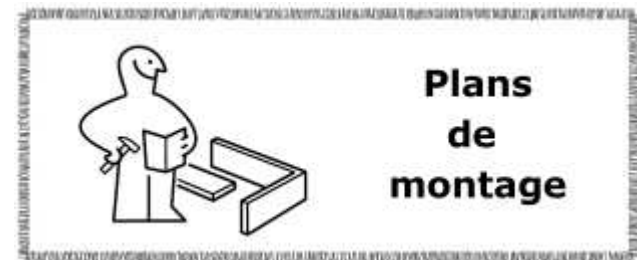
18 : Question Suppression avec Coûts



Comment supprimer un **Coût** pour [booster l'activité] ?

Possible ???

Vendre les meubles en kit permet de supprimer des **Coûts**. Certains coûts sont transférés vers le clients, d'autres sont supprimés.



Mission accomplie

On vient de voir qu'on pouvait supprimer
chaque éléments du Canvas afin d'innover.

On l'a fait avec Suppression,
c'est pareil avec les 2 autres mécanismes.

Conclusion

Il est relativement simple et très efficace de travailler sur le BM.

On peut améliorer ou innover un business.

ASIT-BIM permet de triturer votre BM pour innover.
(plus simple que d'inventer un nouveau produit / service)

Sur www.ASIT-BIM.com vous pourrez gratuitement :

- Imprimer un Canvas vierge et le remplir
- Diagnostiquer des points d'amélioration en ligne
- Travailler sur le Canvas pour l'améliorer
- Innover en utilisant ASIT-BIM en ligne
- Évaluer vos idées avec nos critères BIM

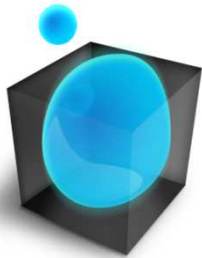
Vous n'êtes pas vraiment formés mais ça donnera envie 😊

Merci !



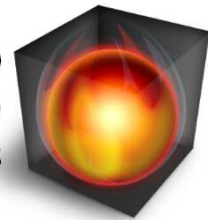
Méthodes de créativité
ASIT Résolution
ASIT Conception
ASIT Business Model

Éco-innovation
ASIT imprégné de DD
Innovation responsable



Gestion Agile
Projets complexes et
innovants, préproductions

Management R&D
Motivation d'équipes R&D
Management de créatifs



www.SolidCreativity.com