



# LE BUSINESS MODEL CANVAS : LE « BMC »

CONSTRUIRE SA STRATÉGIE

GÉRER SON PROJET

### CET OUTIL EST :

- Facile :
- Ludique :
- Efficace :
- Visuel :

### NOTRE AVIS :

« Le Business Model Canvas est l'Outil-clé de l'entrepreneur. S'il n'est pas bien défini, difficile d'évoluer dans de bonnes conditions et de vous vendre ! Pour les néophytes, il faudra sans doute un peu de temps pour arriver à bout de cet exercice. Ne confondez pas stratégie et Business Model ni encore Business Model et Business Plan ! Faites vous accompagner. »



### VIDÉOS TECHNIQUES &

#### TEMPS DE LECTURE :

- Le BMC par le BEP de Namur (03:57 min)

<https://youtu.be/Z7jBECxPcVw>

### IL SERT À :

Déterminer sa stratégie d'entreprise

Préparer la création d'une entreprise viable

Présenter et clarifier l'activité ou les activités d'une entreprise

Réfléchir à la création d'un nouveau produit et/ou service



### DESCRIPTION DE L'OUTIL :

Etablir un modèle d'affaires est essentiel pour une création d'entreprise mais aussi pour ré-étudier les équilibres d'une entreprise existante, réinterroger sa survie, mettre à jour sa stratégie. Le « Business Model » ou « modèle économique » ou « modèle d'affaires », c'est la logique par laquelle une organisation crée, délivre et capte de la valeur. C'est l'articulation entre la proposition de valeur (ce que l'on propose de vendre) l'architecture de valeur (comment elle est construite) et l'équation de profit (le rapport coût-bénéfice).

Le Business Model Canvas (BMC) est un outil, introduit en 2008 par Alexander Osterwalder, qui traduit visuellement le modèle d'affaires, le fonctionnement d'une entreprise, sous la forme d'un tableau dynamique comportant de 9 à 11 cases.

Les 9 cases sont :

<b>7</b> <b>Qui vous aide</b>	<b>5</b> <b>Ce que vous faites</b>	<b>1</b> <b>Votre contribution</b>	<b>3</b> <b>Comment vous interagissez</b>	<b>2</b> <b>Qui vous aidez</b>
Les partenaires-clés qui se mettent au service des activités-clés	Les activités-clés qui sont nécessaires à produire l'offre	La proposition de valeur c'est-à-dire l'offre (le produit et/ou le service) de l'entreprise	La nature de la relation-clients, qui doit être favorable aux clients et à l'entreprise	Les segments de clients
	<b>6</b> <b>Vous et les moyens dont vous disposez</b>		<b>4</b> <b>Comment vous diffusez votre offre</b>	
	Les ressources		Les canaux de distribution qui permettent de relier l'offre aux différents segments-clients	
<b>8</b> <b>Ce que vous donnez</b>		<b>9</b> <b>Ce que vous recevez</b>		
La structure des coûts nécessaire pour pouvoir délivrer l'offre		L'offre, le réseau de distribution et la politique de relation client définissent la structure des revenus		

(On peut rajouter aussi 2 cases supplémentaires sur les coûts et bénéfices sociétaux.)



### COMMENT METTRE EN PRATIQUE L'OUTIL ?

Remplissez un canvas par entreprise ou mieux par activité. Utilisez des post-its.

Respectez l'ordre de remplissage du Canevas tel que proposé sur [www.creerentreprise.fr](http://www.creerentreprise.fr) :

**1/** Décrivez et détaillez :

- la proposition de valeur (n°1) : les bénéfices offerts par votre service et/ ou produit, puis
- les « 3 briques clients » : les segments de clientèle (n°2), Les relation-clients (n°3) et le canal de distribution (n°4)
- les « 3 briques production » : les activités clés (n°5), les ressources-clés (n°6) et les partenaires clés (n°7)
- les « 2 briques économiques » : les sources de revenus (régulières et ponctuelles, etc...) et la structure des coûts (coûts fixes et variables, etc...)
- les rubriques sociétales si vous le souhaitez selon le modèle choisi de BMC (11 cases).

**2/** Pour que le modèle économique soit cohérent, il ne suffit pas de remplir les rubriques mais aussi et surtout d'explicitier les liens entre chacune d'elles.

Exemple avec une boulangerie :

7 Fournisseur de Farine et autres matières premières	5 Fabrication Vente	1 Pains Gâteaux Croissants ...	3 On papote en magasin	2 Clients Locaux Pro (restau...) Particuliers
	6 Magasin Machines Fours Boulangers		4 Vente en magasin ou Distribution dans plusieurs magasins	
8 • Achat au kilo des ingrédients • Location du commerce • Salaires (boulangers et caissière)		9 • Vente à l'unité		



### LES RÉSULTATS OBTENUS :

- Vue synthétique de l'activité de l'entreprise et de son fonctionnement à un instant donné
- Le BMC peut se transformer en une phrase ou un « Pitch » de votre business



### JE PRÉPARE LA MISE EN ŒUVRE :

#### Nb de personnes nécessaire pour appliquer l'outil :

Seul pour sa propre réflexion en amont

Ou avec ses associés ou ses pairs (de 5 à 7 personnes)



#### Durée d'utilisation de l'outil :

S'armer en amont des éventuels diagnostics du projet ou de l'entreprise. Prendre le temps et y revenir plusieurs fois



1H à 1/2 journée

#### Matériel nécessaire : son cerveau et ...

- Poster A0 ou A1 ou tableau blanc + post-it
- Son ordinateur sur tableau Excel (moins visuel)



#### NOTRE ASTUCE :

Une fois votre Canvas réalisé, allez plus loin en appliquant dessus une méthode de créativité ! Vous pouvez raisonner par case ou utiliser un outil plus cadré, comme l'outil ASIT-BIM développé par SOLIDCREATIVITY : il combine la méthode de créativité ASIT au BMC. Elle repose sur une série de questions simples appliquées aux 9 cases BMC pour remettre en cause la vision de l'activité et proposer des modèles alternatifs. Accessible gratuitement en ligne <https://business-model-innovant.com/>



### VIDÉOS D'USAGE ET TEMPS DE LECTURE :

- Faire son BM -BMC par CCI Entreprendre (13:15 min)

<https://youtu.be/VgWdyYAix08>

- Ex. d'entreprises et de BMC P. Keates (21:34 min)

<https://youtu.be/SH-pVBxU1kw?t=387>

- Vidéo BM InnovonsLaRéunion (23:12 min)

<https://youtu.be/gV0uqyLPjbo?t=5>



### TÉLÉCHARGER NOS MODÈLES ET POSTERS :

Rendez-vous sur :

[www.innovonslareunion.com/innover/outils-pratiques/](http://www.innovonslareunion.com/innover/outils-pratiques/)

- Poster BMC 9 cases
- Poster BMC 11 cases



### VOS RÉFÉRENTS POUR CET OUTIL :

NEXA St-Denis S. COHÉLÉACH > 0262 20 21 21

CMAR St-Paul L. BABET > 0262 45 52 52

TECHNOPOLE St-Pierre J. BEAUDEMOLIN > 0262 61 85 05