**Questionnaire pour développer l'économie circulaire en entreprise**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Partenaires clés**  Qui sont nos partenaires clés ?  Qui sont nos fournisseurs clés ?  Quelles ressources clés nous procurons-nous auprès de partenaires ?  Quelles activités clés nos partenaires réalisent-ils ?  **MOTIVATIONS POUR DES PARTENARIATS :**   * Optimisation et économie * Réduction du risque et de l'incertitude * Acquisition de ressources et d'activités spécifiques | **Activités clés**  Quelles activités clés nos propositions de valeur exigent-elles ?  Qu'en est-il de nos canaux de distribution ?  De nos relations avec les clients ?  De nos sources de revenus ?  **CATÉGORIES**   * Production * Résolution de problèmes * Plateforme/réseau | **Propositions de valeur**  Quelle valeur apportons-nous au client ?  Quelle problématique contribuons-nous à résoudre ?  Quelles combinaisons de produits et de services proposons-nous à chaque segment de clients ?  A quels besoins répondons-nous ?  **CARACTÉRISTIQUES**   * Innovation * Performance * Personnalisation * Obtention de résultats * Conception * Image de marque * Prix * Réduction des coûts * Réduction des risques * Accessibilité * Intérêt/facilité d'utilisation | **Relation client**  Quel type de relation chacun de nos segments de clients souhaite-t-il que nous entretenions avec lui ? Quelles relations avons-nous déjà établies ? Comment s'articulent-elles avec les autres blocs de notre modèle économique ? Quel est leur coût ?  **EXEMPLES**   * Assistance personnalisée * Assistance personnalisée dédiée * Self-service * Services automatisés * Communautés * Co-création | **Segments de clients**  Pour qui créons-nous de la valeur ?  Qui sont nos principaux clients ?   * Marché de masse * Marché de niche * Marché segmenté * Marché diversifié * Plateforme multilatérale |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ressources clés**  Quelles ressources clés sont nécessaires pour notre proposition de valeur ?  Pour nos canaux de distribution ?  Pour nos relations avec les clients ?  Pour nos sources de revenus ?  **TYPES DE RESSOURCES**   * Physiques * Intellectuelles (brevets, droits d'auteur, données) * Humaines * Financières | **Canaux de distribution**  Quels sont les canaux privilégiés par nos segments de clients ?  Quels canaux utilisons-nous actuellement ?  Nos canaux sont-ils intégrés ?  Lesquels donnent les meilleurs résultats ?  Lesquels sont les plus rentables ?  Comment les intégrons-nous aux routines des clients ?  **PHASES RELATIVES AUX CANAUX :**   1. Sensibilisation   Comment faire connaître les produits et services de notre entreprise ?   1. Évaluation   Comment aider les clients à évaluer notre proposition de valeur ?   1. Achat   Comment permettre aux clients d'acquérir des produits et services donnés ?   1. Livraison   Comment délivrer notre proposition de valeur aux clients ?   1. Service après-vente   Comment fournir un service après-vente aux clients ? |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Structure de coûts**  Quels sont les coûts les plus importants liés à notre modèle économique ?  Quelles sont les ressources clés les plus coûteuses ?  Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ?  **VOTRE MODÈLE ÉCOMIQUE EST :**  Axé sur les coûts (structure de coûts allégée, proposition de valeur à bas prix, automatisation maximale, sous-traitance intensive)  Axé sur la valeur (priorité donnée à la valeur ajoutée, offre de qualité)  **EXEMPLES DE CARACTÉRISTIQUES**   * Coûts fixes (salaires, loyers, charges) * Coût variables * Économies d'échelle * Économies d'envergure | **Sources de revenus**  Pour quelle valeur nos clients sont-ils prêts à payer ?  Que paient-ils actuellement ?  Comment paient-ils ?  Comment préféreraient-ils payer ?  Quelle est la part de chaque source de revenus dans l'ensemble des revenus ?   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **TYPES :**   * Vente d'actifs * Redevance d'utilisation * Frais d'abonnement * Prêt/location/crédit-bail * Octroi de licence * Frais de courtage * Publicité | **TARIFICATION FIXE**   * Prix catalogue * Selon les fonctionnalités du produit * Selon le segment de clients * Selon le volume | **TARIFICATION DYNAMIQUE**   * Négociation * Gestion de la rentabilité * Marché en temps réel | |

Ce schéma est basé sur celui développé par Alexander Osterwalder et Yves Pigneur, qui est décrit dans leur ouvrage [Business Model Generation](http://www.businessmodelgeneration.com/book). Le modèle est sous licence [Creative Commons Attribution - Partage dans les Mêmes Conditions 3.0 non transposé](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.fr).