**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).