Votre produit / services : _____

Partenaires clés	Activités clés	Propositions de valeur	Relations avec les clients	Segments de clientèle
	Ressources clés		Canaux	
Structure des coûts		Flux de revenus		

Partenaires clés	Qui sont nos partenaires ? Qui sont nos fournisseurs ? Quelles ressources nous permettent-ils d'acquérir ? Quelles activités réalisent-ils ?	Objectifs du partenariat : Economiques Optimisation Réduction des risques Acquisition de ressources, développement d'activités
Activités clés	Quelles activités sont nécessaires pour : Créer de la valeur Générer des sources de revenus Maintenir/améliorer notre relation client Développer nos canaux de distribution	Catégories d'activité : Production Résolution de problème Plateforme/réseau
Ressources clés	Quelles ressources sont nécessaires pour : Créer de la valeur Générer des sources de revenus Maintenir/améliorer notre relation client Développer nos canaux de distribution	Types de ressources : Physiques Intellectuels (marques, brevets, données…) Humaines Financières
Proposition de valeur	Quelle valeur délivrons-nous au client ? Quels besoins client satisfaisons-nous ? Quelle problématique client résolvons-nous ? Quelle offre proposons-nous à chaque segment client ?	Caractéristiques : Nouveauté, performance, personnalisation, design, marque, notoriété, prix, réduction de coût, réduction de risque, accessibilité, utilité, convivialité
Relation client	Quelle relation chaque segment client souhaite-t-il que nous établissions et maintenions ? Lesquels avons-nous mis en place ? Comment les avons-nous intégrées dans notre modèle ? A quel coût ?	Exemples : Assistance personnalisée, assistance dédiée, self-service, aide en ligne…
Canaux de distribution	A travers quels canaux nos segments client souhaitent-ils être atteint ? Comment les atteignons-nous ? Quel est leur niveau d'intégration ? Lesquels sont les plus rentables ?	Phases : Sensibilisation (comment faire connaître notre offre ?), Evaluation (comment aidons nous notre client à nous évaluer ?), Achat (comment permettons nous à nos clients d'acheter nos produits ?), Livraison, Service après vente

Segments clients	Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos principaux clients ?	Exemples : Marché de volume, marché de niche, marchés segmentés, marchés diversifiés…
Structure de coûts	Quels sont les coûts inhérents à notre modèle économique ? Quelles sont les ressources les plus coûteuses ? Quelles sont les activités les plus coûteuses ?	Le modèle est-il plutôt axé sur les coûts ou sur la valeur ? Exemples : coûts fixes, coûts variables, économies d'échelle, économies de gamme
Source de revenus	Pour quelle valeur ajoutée nos clients sont-ils prêts à payer ? Pour quelle offre payent-ils déjà ? A quelle fréquence ? Quelle est la part de chaque source de revenus par rapport au revenu global ?	Types : Vente de biens, forfait, abonnement, prêt, location, licence, publicité Prix fixes : Prix listés, variables selon les options, variables selon segment client, variables selon volume Prix variables : Selon négociation, gestion de la rentabilité, marché temps réel