

Matrice du modèle économique des entreprises qui offre des services touristiques

Partenaires clés

Le réseau de partenaires et de fournisseurs clés grâce auxquels le modèle économique des entreprises fonctionne.



Activités clés

(Formulation & Planification) stratégique
 Acquisition de Talents
 Management (direction générale)
 Finance & comptabilité
Marketing & communication marketing
 Approvisionnement
 Production (N&B)
 Vente et service
 Théâtralisation
 R&D (innovation)

Ressources clés

Humaines
 Collaborateurs clés (savoir-faire & compétences clés)
 Naturelles
 Alimentaires (N&B)
 Matérielles (support physique)
 Financières
 Technologiques
 Intellectuelles
 Informationnelles (système d'information)
 Temps

Proposition de valeur

Les combinaisons de produits, services et autres créateurs de valeur que l'entreprise veut offrir à ses segments de clients cibles.



Relations avec les clients

Les types de relations établis avec chaque segment de clientèle en fonction des objectifs stratégiques.

Canaux

L'ensemble des canaux qui permettent de faire découvrir les produits et services de l'entreprise, de les vendre et de les distribuer.

Segments de clients

Les différents groupes d'individus ou d'organisations que cible une entreprise.



La structure de coûts (C)

Les charges d'exploitation (comment l'entreprise utilise ses ressources clés ?)

$$C = A \times (U_m A \times C_m D)$$

La structure de revenus (R)

Les produits d'exploitation (comment l'entreprise gagne de l'argent ?)

$$R = A \times (U_m / A \times P_m D)$$