

# La matrice du MODÈLE D'AFFAIRES des entreprises de restauration alimentaire

## Partenaires clés

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



## Activités clés

Formulation et Planification stratégique  
**Acquisition et rétention de Talents**  
 Management (direction générale)  
 Finance et comptabilité  
**Marketing et communication marketing**  
 Approvisionnement  
 Production (Nourritures et Boissons)  
 Vente et service  
 Théâtralisation des espaces et des activités  
 R&D (innovation)

## Ressources clés

Ressources humaines  
 Collaborateurs clés (savoir-faire & compétences clés)  
 Ressources naturelles  
 Ressources alimentaires (N&B)  
 Ressources matérielles (support physique)  
Ressources financières  
 Ressources technologiques  
 Ressources intellectuelles  
 Ressources informationnelles (système d'information)  
 Ressources 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)

Comment l'entreprise utilise ses ressources clés ?

$$C = A \times (U_{mA} \times C_{mD})$$

## La structure de revenus (R)

Comment l'entreprise gagne de l'argent ?

$$R = A \times (U_{m/A} \times P_{mD})$$