

Les 9 blocs de base du MODÈLE D'AFFAIRES développé par Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

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 des activités
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 susceptibles d'être intéressés par votre offre.



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 ?

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