L'environnement situationnel

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Scénario pessimiste

L'environnement démographique

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Scénario pessimiste

L'environnement touristique

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Scénario pessimiste

L'environnement socioculturel

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Scénario pessimiste

L'environnement climatique

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Scénario pessimiste

L'environnement technologique

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Scénario pessimiste

L'environnement écologique

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Scénario pessimiste

L'environnement économique

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Scénario pessimiste

L'environnement juridique

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Nouveau nœud

L'environnement politique

- Scénario optimiste
- Scénario réaliste
- Scénario pessimiste

Matrice du modèle économique - (Services d'hébergement et de restauration (secteur 72)

Partenaires clés
Le réseau de partenaires et de fournisseurs clés grâce auxquels le modèle économique de l'entreprise fonctionne.

Activités clés
Les choses les plus importantes qu'une entreprise doit faire pour que son modèle économique fonctionne.

Ressources clés
Les actifs les plus importants requis pour faire fonctionner le modèle économique de l'entreprise.

Proposition de valeur
Les combinaisons de produits et services (et autres créateurs de valeur) qui créent de la valeur pour chaque segment de clientèle.

Relations avec les client
Les types de relations établis avec chaque segment de clientèle en fonction des objectifs stratégiques de l'entreprise.

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

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

Structure de coûts
Les différents types de coûts inhérents au modèle économique de l'entreprise.
C = A x (UmA x CmD)

Sources de revenus
Les types de revenus générés auprès de chaque segment de clientèle.
R = A x (Um/A x PmD)

MANUEL DE GESTION-RÉFLEXION / CHRISTIAN LATOUR