

La matrice du modèle économique 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

- Planification stratégique
- Management
- Finance & comptabilité
- Marketing & communication marketing
- Approvisionnement
- Production (N&B)
- Vente et service
- Théâtralisation
- R&D (innovation)

Ressources clés

- Humaines
- Humaines (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 coûts inhérents au modèle économique de l'entreprise.

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

La structure de revenus (R)

Les revenus gagnés auprès de chaque segment de clientèle cible de l'entreprise.

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