

# Le Business Model Canvas (BMC) : Concevoir et Piloter sa Stratégie

## A- Introduction

Le Business Model Canvas (BMC) est un outil stratégique de pilotage qui permet de schématiser l'ensemble du modèle économique d'une entreprise sur une seule page. C'est un guide visuel qui aide l'entrepreneur à structurer sa pensée, à vérifier la viabilité de son projet et à communiquer efficacement avec ses partenaires.

## B- Les 9 Composantes du Modèle

### 1. La Proposition de Valeur (Value Proposition)

Il ne s'agit pas seulement du produit, mais de la solution spécifique apportée au client pour résoudre un problème ou satisfaire un besoin. Elle doit inclure des éléments différenciateurs (design, prix, qualité, etc.).

**Exemple :** Une application de livraison qui garantit des repas chauds en moins de 20 minutes (Valeur : Gain de temps et fiabilité).

### 2. Les Segments de Clientèle (Customer Segments)

Pour qui créons-nous de la valeur?. On distingue souvent le **B to B** (entreprises) et le **B to C** (particuliers) selon des critères comme l'âge, la localisation ou le mode de vie.

**Exemple :** Un service de streaming ciblant les jeunes de 18-25 ans passionnés de documentaires animaliers.

### 3. Les Canaux (Channels)

Ce sont les moyens de communication et de distribution pour toucher les clients.

**Exemple :** La vente en ligne via un site web (distribution) et la promotion via Instagram (communication).

### 4. Les Relations Clients (Customer Relationships)

Comment l'entreprise attire, fidélise et gère ses clients.

**Exemple :** Un système de carte de fidélité ou un service après-vente (SAV) personnalisé par chat en direct.

### 5. Les Sources de Revenus (Revenue Streams)

C'est l'argent que l'entreprise génère. Il peut s'agir de ventes directes ou d'abonnements.

**Exemple :** Un magazine vendu à l'unité en kiosque ou par abonnement mensuel numérique.

## 6. Les Ressources Clés (Key Resources)

Ce sont les actifs indispensables au fonctionnement de l'entreprise : humains, financiers, matériels ou intellectuels (brevets).

**Exemple :** Pour un boulanger, les ressources clés sont le four (matériel), le boulanger (humain) et l'emplacement (matériel).

## 7. Les Activités Clés (Key Activities)

Les actions les plus importantes que l'entreprise doit entreprendre pour réussir.

**Exemple :** La recherche et développement (R&D) pour une entreprise technologique ou la logistique pour un transporteur.

## 8. Les Partenaires Clés (Key Partnerships)

Le réseau de fournisseurs et de partenaires qui permettent au modèle de fonctionner.

**Exemple :** Un fabricant de smartphones s'associant à un développeur de processeurs pour obtenir des puces performantes.

## 9. La Structure des Coûts (Cost Structure)

Toutes les dépenses nécessaires (coûts fixes comme le loyer, ou variables comme les matières premières).

**Exemple :** Le coût de maintenance des serveurs pour une banque en ligne.

## C- Pourquoi utiliser le BMC ?

Le BMC est un outil dynamique. Il permet de :

- **Vérifier la rentabilité :** S'assurer que les revenus couvrent les coûts.
- **Pivoter :** Faire évoluer le projet si le marché change.
- **Synthétiser :** Avoir une vision globale et immédiate du projet.

## D-Étude de Cas : Plateforme French4Doctors"

**Projet :** Création d'une plateforme d'apprentissage du Français sur Objectifs Spécifiques (FOS) pour le personnel médical.

### 1. La Proposition de Valeur (Value Proposition)

- Maîtrise du lexique médical français (anatomie, pathologies, traitements).
- Simulation de consultations réelles et rédaction de rapports médicaux en français.
- Flexibilité totale grâce à des modules en ligne accessibles 24h/24.

### 2. Les Segments de Clientèle (Customer Segments)

- **B to C :** Étudiants en médecine et médecins étrangers souhaitant s'installer en France ou au Canada.
- **B to B :** Hôpitaux internationaux ou facultés de médecine.

### 3. Les Canaux (Channels)

- **Communication** : Réseaux sociaux professionnels (LinkedIn), forums médicaux et webinaires gratuits.
  - **Distribution** : Application mobile et plateforme Web (LMS).
- 4. Les Relations Clients (Customer Relationships)**
- Assistance pédagogique personnalisée (tutorat).
  - Communauté d'apprentissage (Forum d'échange entre pairs).
- 5. Les Sources de Revenus (Revenue Streams)**
- Abonnements mensuels ou annuels (SaaS).
  - Vente de certificats de fin de formation.
- 6. Les Ressources Clés (Key Resources)**
- **Humaines** : Experts en linguistique (FOS) et médecins francophones.
  - **Technologiques** : Plateforme d'hébergement et algorithmes d'apprentissage.
  - **Immatérielles** : Contenu pédagogique exclusif et base de données terminologique.
- 7. Les Activités Clés (Key Activities)**
- Conception et mise à jour des modules de cours.
  - Maintenance technique de la plateforme et marketing digital.
- 8. Les Partenaires Clés (Key Partnerships)**
- Universités de médecine francophones.
  - Éditeurs de dictionnaires médicaux spécialisés.
- 9. La Structure des Coûts (Cost Structure)**
- **Coûts Fixes** : Salaires des formateurs et frais d'hébergement du serveur.
  - **Coûts Variables** : Campagnes publicitaires (Google Ads) et frais de transaction bancaire.