|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **QUI SON NOS PARTENAIRES IMPORTANTS**Qui sont nos partenaires clés ?Qui sont nos fournisseurs clés ?Quelles sont les ressources clés que nos partenaires proposent ?Quelles sont les ressources dans lesquelles nos partenaires excellent ? | **NOS ACTIVITÉS**Quelles sont nos activités clés nécessaires pour produire l’offre ? (logistique, marketing, production…)Quel lien avec nos canaux de distribution ?Quel coût, et pour quelles sources de revenus ? | **NOTRE OFFRE DE SERVICE**Quelle proposition de valeur pour les clients ?Quelles solutions concrètes l’offre apporte-t-elle aux clients ?Quelles solutions l’offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ?Quelle réponse l’offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ? | **NOS RELATIONS AVEC CLIENTS**Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l’entreprise ?Lister nos types de relations client.Comment la relation client s’intègre-t-elle au reste du modèle économique ?Quel en est le coût ? | **QUI SONT NOS CLIENTS**Quels sont nos segments de clientèle cibles ?Pour qui crée-t-on de la valeur ? |
| **NOS RESSOURCES**Quelles ressources clés notre requiert-elle ?Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ? | **COMMENT ATTEINDRE NOS CLIENTS**A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ?Comment les différents canaux s’intègrent-ils ?Quel est le canal privilégié ?Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ? |
| **NOS INVESTISSEMENTS**Quels sont les coûts (dépenses) les plus importants ?Quelles ressources-clés sont les plus coûteuses ?Quelles sont les activités clés les plus coûteuses ? | **NOS OJBECTIFS DE REVENUS**Pour quelle proposition les consommateurs sont-ils prêts à payer ? Combien sont-ils prêts à payer ?Quel est le mode de paiement préféré des consommateurs ?Quelle est la part de chaque source de revenus sur le total des revenus ? |