

# LA MATRICE DU MODÈLE D'AFFAIRES RESPONSABLE

Pepin, Tremblay & Audebrand (2020)

Nom de l'entreprise :

Date :

Version :

### Partenaires-clés et parties prenantes

Quels partenaires contribuent le plus significativement au succès de votre modèle d'affaires (p.ex. fournisseurs, distributeurs, réseaux d'affaires, investisseurs)?

- > Comment aident-ils à réaliser les activités-clés?
- > Quelles ressources fournissent-ils?
- > Que leur offrez-vous en contrepartie?

Quelles parties prenantes, autres que les partenaires-clés, influencent l'entreprise (p.ex. gouvernements, groupes de pression, regroupements de citoyens)?

- > Quelles sont leurs motivations?
- > Comment leur point de vue est-il pris en compte et géré dans les activités de l'entreprise?

### Activités-clés

Quelles sont les tâches principales (p.ex. R&D, production, gestion de plateforme) nécessaires pour réaliser votre modèle d'affaires? Dans quel ordre de priorité doivent-elles être réalisées?

Comment le cycle de vie des produits/services (extraction, fabrication, distribution, utilisation, fin de vie) est-il pris en compte dans vos activités?

### Proposition de valeur

En quoi consistent vos produits ou services?

Quelles sont les caractéristiques de vos produits/services qui génèrent de la valeur?

- > En quoi répondent-elles aux besoins/attentes de votre clientèle (*gain creators*)?
- > En quoi allègent-elles les frustrations/souffrances de votre clientèle (*pain relievers*)?

En quoi vos produits/services se distinguent-ils de ce qui est offert sur le marché actuellement?

### Relations clientèle

Quelles sont les stratégies pour rejoindre (*Get*), fidéliser (*Keep*) et accroître (*Grow*) votre clientèle?

### Segments de clientèle

Quels sont les segments de clientèle ciblés?

Quels sont les segments de clientèle les plus importants?

- > Quel est leur profil?
- > Quels sont leurs besoins/attentes?
- > Quels sont leurs problèmes/frustrations?

### Gouvernance

Quelle est la forme juridique de l'entreprise et quelles personnes ou groupes détiennent le contrôle effectif de l'entreprise?

Comment le pouvoir est-il distribué au sein de l'entreprise? (p.ex. vertical vs horizontal, inclusivité, diversité, parité)

Comment les surplus/profits de l'entreprise sont-ils utilisés et partagés?

### Ressources-clés

Quelles sont les ressources (p.ex. naturelles, intellectuelles, humaines, matérielles, économiques) nécessaires à l'exécution des activités-clés?

Des formes de financement (p.ex. prêts, subventions, financement participatif) sont-elles nécessaires à vos activités?

### Mission, vision et valeurs

Quelles sont la mission (raison d'être), la vision (aspirations) et les valeurs (principes) qui guident l'entreprise?

### Canaux

Par quels canaux les produits ou services sont-ils distribués?

Par quels canaux de communication la clientèle est-elle rejointe?

### Utilisateurs et bénéficiaires

Au-delà de la clientèle, y a-t-il d'autres utilisateurs de vos produits/services? (p.ex. le parent achète un jouet, mais l'enfant l'utilise). En quoi cela impacte-t-il votre modèle d'affaires?

Au-delà des utilisateurs, y a-t-il des bénéficiaires des activités de l'entreprise? (p.ex. insertion socioprofessionnelle, intégration de personnes handicapées).

### Structure de coûts

Quels sont les postes budgétaires (dépenses) les plus importants de votre modèle d'affaires?

Quelles sont les charges annuelles approximatives de l'entreprise?

### Retombées négatives

Quelles sont les retombées négatives connues ou potentielles des activités de l'entreprise:

- > sur le plan économique (p.ex. déclin d'une industrie, augmentation des prix, baisse de l'accessibilité)?
- > sur le plan social (p.ex. emplois délocalisés, conditions de travail dégradantes, contrecoups sur une communauté)?
- > sur le plan écologique (p.ex. exploitation de ressources non renouvelables, rejets atmosphériques, déchets générés)?

### Retombées positives

Quelles sont les retombées positives connues ou potentielles de l'entreprise:

- > sur le plan économique (p.ex. création d'emplois de qualité, partage équitable des profits, relations «gagnant-gagnant» avec les partenaires-clés)?
- > sur le plan social (p.ex. inclusivité, diversité, bénéfices pour la communauté locale)?
- > sur le plan écologique (p.ex. recours aux énergies renouvelables, diminution des rejets atmosphériques, réduction de la pollution, régénération de la biodiversité)?

### Structure de revenus

Comment les revenus de l'entreprise sont-ils générés?

Quels sont vos revenus annuels approximatifs?

À quelles sources de financement récurrentes (p.ex. subventions salariales des gouvernements) avez-vous accès?

Cohérence  
↓  
■ Désirabilité  
■ Faisabilité  
■ Viabilité



Version 1

Chaire de leadership en enseignement sur l'engagement social

Chaire de leadership en enseignement sur le développement de l'esprit d'entreprendre et de l'entrepreneuriat



# LA MATRICE DU MODÈLE D'AFFAIRES RESPONSABLE

Pepin, Tremblay & Audebrand (2020)

Nom de l'entreprise :

Date :

Version :

<b>Partenaires-clés et parties prenantes</b> 	<b>Activités-clés</b> 	<b>Proposition de valeur</b> 	<b>Relations clientèle</b> 	<b>Segments de clientèle</b> 
<b>Gouvernance</b> 	<b>Ressources-clés</b> 	<b>Mission, vision et valeurs</b> 	<b>Canaux</b> 	<b>Utilisateurs et bénéficiaires</b> 
<b>Structure de coûts</b> 	<b>Retombées négatives</b> 	<b>Retombées positives</b> 	<b>Structure de revenus</b> 	

Cohérence ↓  
■ Désirabilité  
■ Faisabilité  
■ Viabilité



Version 1

Chaire de leadership en enseignement sur l'engagement social

Chaire de leadership en enseignement sur le développement de l'esprit d'entreprendre et de l'entrepreneuriat

