Restez concisvos hypot

* Qui sont vos clients ? Peuvent-ils être segmentés?
* Est-ce que vos clients sont également les consommateurs?
* Vous misez sur les individus ou les entreprises?
* Quel est leur profil général? Qu’est-ce qu’ils recherchent? Qu’est-ce qu’ils évitent? Où les retrouve-t-on ?
* Quelle est la meilleure manière de valider leur intérêt (sondage, entrevue, etc.)?

**10- Plan de financement**

* Qui sont les alliés, autant à l’interne (gestion, administration, etc.) qu’à l’externe (fournisseurs, collaborateurs, experts, investisseurs, etc.) qui contribueraient au succès du projet?
* Que souhaitez-vous acquérir par ce partenariat (expérience, visibilité, réputation, capital, distribution, etc.)?
* Que pouvez-vous offrir en contrepartie?

**9- Structure de coûts**

* Quels sont les postes budgétaires les plus importants ?
* Quels en sont les coûts (fixes et variables) annuels approximatifs?
* Quelle est la structure de financement du projet (présences de partenaires)?
* Est-ce que votre mise de fond est d’au moins 20%?

**NB. Besoins de soumissions, de l’évaluation comptable des actifs ainsi que l’état des immobilisations pour déterminer les coûts.**

* Comment les clients pourront recevoir votre proposition de valeur (listez les canaux gratuits et payants que vous pouvez utiliser pour atteindre vos clients)?
* Vous comblez quel besoin ou répondez à quel problème ?
* Qu’est-ce qui fait que votre produit/service a de la valeur et se différencie?
* Qui sont vos concurrents et la raison en quoi vous êtes différents et/ou meilleur
* Identifiez vos avantages concurrentiels.
* Quelles sont les retombées économiques (création d’emplois, investissements générés, innovation)?

**3- Relation clients**

* Rejoindre
* Attirer
* Fidéliser
* Financières
* Humaines
* Intellectuelles
* Matérielles
* Quelles sont les actions clés qui correspondent à du revenu ou de la rétention client?
* Ont-elles un impact sur l’environnement (positif et négatif)?
* Quels sont vos besoins en ressources?
* Que comptez-vous faire pour acquérir, mobiliser et maintenir ces ressources?
* Quelle est la stratégie permettant de :
* Quels seront les moyens de communications privilégiés ?

**7- Ressources clés**

**5- Structure de revenus**

* Pour quoi vos clients paient-ils?
* Identifiez votre modèle de revenu (abonnement, commission, freemium…) ainsi que votre seuil de rentabilité.

**4 - Canaux**

**2- Clientèles cibles**

**6- Activités clés**

**1- Proposition de valeur**

**8- Partenaires clés**

 jdjsla

**10- Plan de financement**

**7- Ressources clés**

**4- Canaux**

**Projet : Auteur : Date : Version :**

**5- Structure de revenus**

**9- Structure de coûts**

**2- Clientèles cibles**

**3- Relation clients**

**6- Activités clés**

**1- Proposition de valeur**

**8- Partenaires clés**