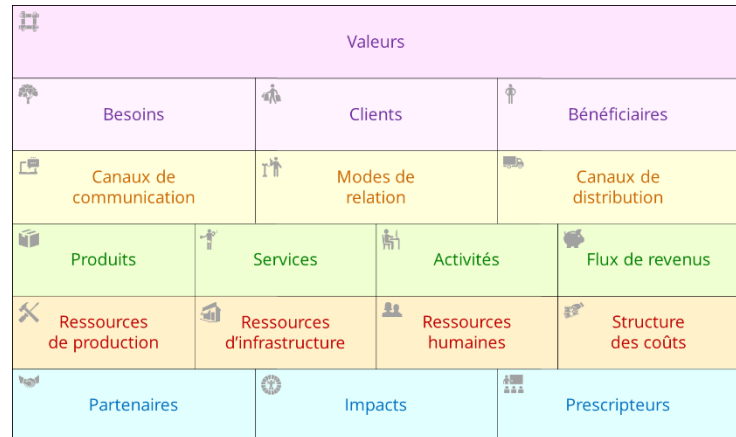


Check-list de vérification de la cohérence de votre Super Canevas de modèle d'affaires

Le Super Canevas représente la logique d'un modèle d'affaires et doit, en conséquence, être complété avec une double recherche de cohérence :

1. De ce qui est écrit dans chacun des blocs
2. Entre chacun des blocs et les autres blocs



La check-list ci-dessous vous incite à vérifier votre Super Canevas, avec le regard d'une personne qui essaiera de le comprendre sans d'autres explications de votre part.

Global

- Les informations dans chaque bloc sont-elles concises, en 1 à 5 mots maximum ?
*Ex. : évitez de définir un produit tel que « Pizzas pour les travailleurs qui ont faim et veulent manger sain et rapidement », ce qui indiquerait un **Produit** « Pizza », un **Client** « Travailleur » et deux **Besoins** « Manger sain » et « Manger rapidement » ; en réalité, ce sont quatre post-it répartis dans les trois blocs.*

Valeurs

- Avez-vous défini 3 à 5 valeurs, qui reflètent les traits de votre personnalité que vous mettez en avant pour tout le projet ?
Ex. « Disponibilité », « Impartialité », « Innovation », « Solidarité », « Justice », « Intelligence collective »...
- Ces valeurs sont-elles en cohérence avec les autres blocs du Super Canevas ?
Ex. des produits « Made in china » sont incompatibles avec une valeur de « Sensibilité à l'environnement ».

Besoins

- Les besoins commencent-ils par un verbe ?
Ex. « Manger », « Perdre du poids », « Se déplacer », « Économiser ».
- Les besoins définis évitent-ils de suggérer votre solution ?
- Les besoins définis évitent-ils de suggérer la possession de quelque chose ?
Suggestion : « Se déplacer en ville » est plus approprié que « Avoir un vélo ».

Clients et bénéficiaires

- Avez-vous au moins un client ou type de client, qui achètera (et paiera) vos produits / services ?
- Si vos clients n'utilisent pas eux-mêmes vos produits / services, avez-vous défini au moins un bénéficiaire qui les utilisera ?
- Si vous avez défini des bénéficiaires, avez-vous défini au moins un client qui paie pour eux ?
- Avez-vous réfléchi à des bénéficiaires indirects ?
- Avez-vous au minimum un client ou bénéficiaire pour chaque besoin ?
Suggestion : un besoin sans client ou bénéficiaire doit être supprimé du canevas.
- Avez-vous au minimum un besoin pour chaque client ou bénéficiaire ?
Suggestion : un client ou bénéficiaire sans besoin doit être supprimé du canevas.

Produits et services

- Vos produits sont-ils des biens matériels ou immatériels ?
Ex. « Sandwich », « Équipement de cuisine », « Livre », « Logiciel téléchargeable »...
- Vos services sont-ils bien des actions que vous faites pour vos clients ou bénéficiaires ?
Ex. « Comptabilité », « Tonte du gazon », « Réparation automobile », « Cours de cuisine », « Travaux de peinture »...
- Chaque produit / service répond au moins à un besoin ?
Suggestion : si ce n'est pas le cas, retirez le produit / service.
- Chaque besoin a un produit / service qui lui correspond ?
Suggestion : si ce n'est pas le cas, définissez un produit / service pour y répondre ou retirez le besoin et vérifiez si cela implique de changer vos clients / bénéficiaires.

Activités

- Avez-vous défini vos principales activités, représentant ensemble les 80% du travail ?
- Avez-vous considéré les activités de prospection et de vente ?
- Avez-vous fait la distinction entre les activités de préparation et celles d'exécution ?
*Ex. « Préparer un événement **VERSUS** réaliser l'événement », « Préparer un cours **VERSUS** donner un cours », « Aller chez les patients **VERSUS** soigner les patients »...*

Flux de revenus

- Avez-vous mentionné vos plus grandes sources de revenus ?
Suggestion : celles qui généreront 70% à 80% des recettes.
- Sont-elles directement liées à vos produits / services ?
Remarque : un contrat de prestations pour donner des cours de français aux migrants allophones est considéré comme un revenu, mais un don de la Loterie Romande pour développer un site web n'en n'est pas un, il doit être considéré comme un apport d'investissement et ne figure pas dans la logique du canevas.
- Avez-vous réfléchi à différentes formes de faire rentrer vos revenus ?
Ex. « Vente », « Abonnement », « Location », « Forfait », « Au chapeau »...

Canaux de communication

- Les canaux définis permettent-ils de communiquer avec les clients **ET** les bénéficiaires ?
Ex. « Téléphone », « Internet », « Presse », « Réseaux sociaux », « Mailing »...
- Les canaux définis permettent-ils de communiquer sur votre image de marque **ET** de faire de la promotion / vente ?
- Les canaux définis permettent-ils à vos clients / bénéficiaires d'entrer en contact avec vous ?

Modes de relation

- Avez-vous défini au moins un mode de relation avec vos clients / bénéficiaires ?
Ex. « Contact direct », « Personnalisé », « Self-service », « Conseil »...

Canaux de distribution

- Avez-vous défini par quels canaux de distribution vos produits / services arrivent chez vos clients / bénéficiaires ?
Ex. « Magasin », « Courrier », « Email », « Camion », « Distributeur », « Chez le client »...
- Si le retour de marchandises est courant dans votre modèle, avez-vous pensé au moyen de transport ?

Ressources

- Avez-vous défini les personnes qui exécuteront les activités ?
NB. Les personnes engagées à plein temps feront le plus souvent partie des frais fixes ; p.ex. les « Salaires ». Plus rarement, elles feront partie des charges variables, lorsqu'elles sont engagées « A l'appel », en fonction de la production.
- Avez-vous défini les principaux prestataires de service pour les activités autres que de production (s'il y en a) ?
Ex. « Fiduciaire », « Entreprise de nettoyage », « Community manager »...

- Avez-vous défini les principales ressources d'infrastructure ?
Ex. « Locaux », « Équipements », « Mobilier », « Informatique »...
NB. Elles seront le plus souvent divisées entre des dépenses initiales d'investissement (p.ex. le mobilier) et des dépenses fixes (p.ex. un loyer).
- Avez-vous défini les principales ressources de production ?
Ex. « Matière première », « Emballage », « Transport », « Travail horaire »...
NB. Elles se repercuteront directement dans les charges variables.

Structure des coûts

- Avez-vous défini les éléments qui représentent 80% de vos coûts (sans les investissements initiaux) ?
Ex. « Salaires », « Loyer », « Déplacements », « Matière première », « Services de tiers »...

Partenaires et prescripteurs

- Pouvez-vous définir des partenaires avec qui vous pouvez collaborer pour mieux répondre aux besoins de vos clients / bénéficiaires ?
- Si c'est le cas, êtes-vous complémentaire avec vos partenaires ?
- Pouvez-vous définir des prescripteurs, qui vont relayer votre existence et celle de vos produits / services, auprès de potentiels clients /bénéficiaires, sans contrepartie monétaire (ou minime) ?

Impacts

- Avez-vous réfléchi aux impacts que vous générerez en apportant une solution aux besoins de vos clientèles ? C'est-à-dire aux **conséquences** positives pour les clients, les bénéficiaires, leur entourage ou même plus loin encore ?
Ex. Vous créez un espace de coworking dans une localité de moyenne importance et louez les places de travail aux entreprises de la capitale, permettant ainsi à des collaborateurs de faire une partie de leur travail à distance. Un impact direct est une diminution de la fatigue des collaborateurs, donc une amélioration de leur santé, donc une petite contribution à la diminution des coûts de la santé... Mais un autre impact positif s'exerce sur le dynamisme du commerce local !
- Avez-vous imaginé comment vous allez mesurer et calculer ces impacts ?