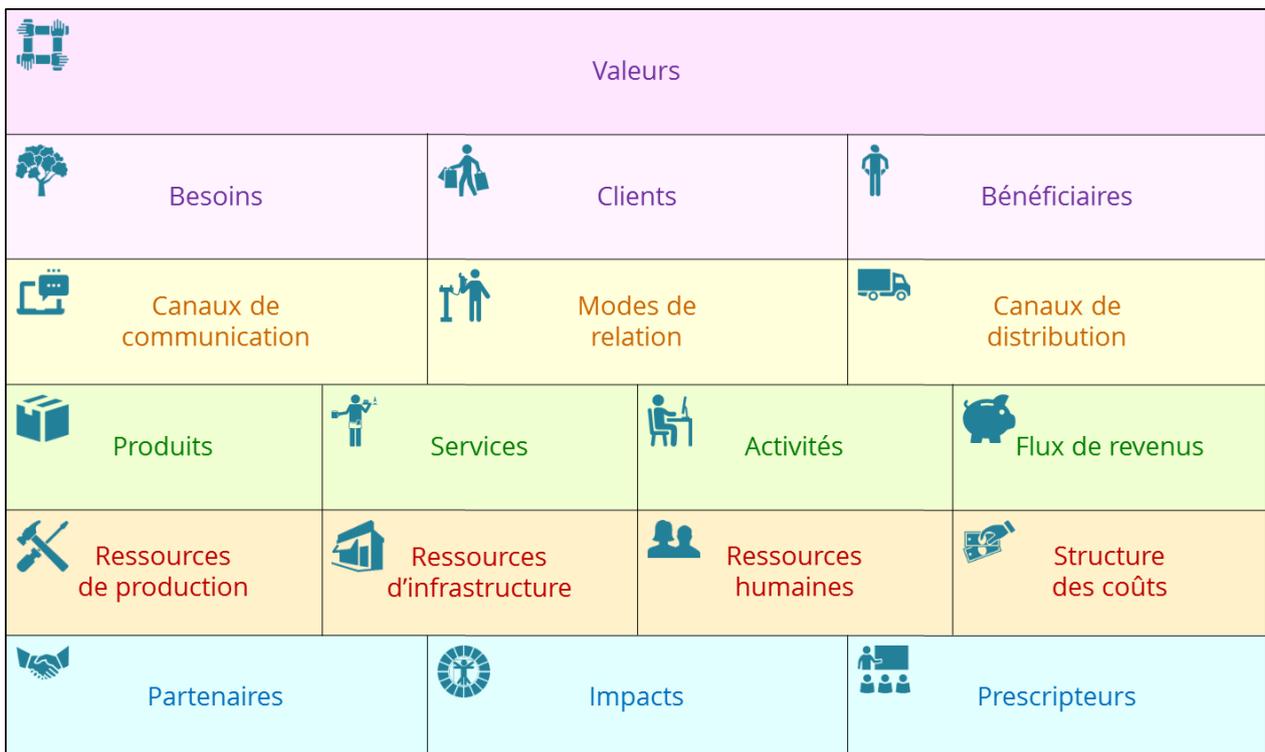


## Mode d'emploi du Super Canevas (version pour les entreprises durables et de l'ESS)

Le Super Canevas est un outil de réflexion, de documentation et d'impression de votre modèle d'affaires, ou de la logique de votre (future) organisation. Il est la combinaison de plusieurs approches, plus riche en informations, tout en restant le plus « digeste » possible.

Il est disponible sous la forme d'une affiche en format A1, pour des séances de brainstorming en équipe, en format A3 ligné, pour un travail en petit groupe. Il est aussi intégré dans la plateforme [design.my-sbm](https://design.my-sbm.com), pour que vous puissiez le faire évoluer au fil du temps.



Il est composé de six grands domaines, décomposés en plus petits blocs, le tout vous incitant à répondre aux questions fondamentales de votre organisation.

Nous vous présentons ici un parcours logique dans ces blocs, même si vous êtes libres d'aborder les questions selon vos préférences.

Dans chacun des blocs, contentez-vous de donner des mots-clés, sans formuler des phrases entières, afin de favoriser la compréhension et la réactivité du groupe.

## Les valeurs partagées de votre organisation

Valeurs			

Cela peut vous paraître surprenant de commencer par ce domaine-bloc, mais son importance est capitale, car les valeurs que vous partagez au sein de votre organisation font partie de son ADN. Ce sont elles qui influenceront tout son fonctionnement.

Les questions à vous poser sont :

- Quelles sont nos profondes motivations ?
- Quelles attitudes voulons-nous mettre en avant ?
- Quels sont les principes que nous défendons ?
- Quels sont les aspects non négociables ?

## Vos clients, vos bénéficiaires et leurs besoins

Valeurs			
Besoins	Clients	Bénéficiaires	

Orienté par l'ADN de votre organisation, vous cherchez à répondre à des besoins, pour des clients et des bénéficiaires définis, à partir de votre domaine d'intérêt :

- A quels besoins avons-nous envie de répondre ?
- Qui ressent ces besoins (bénéficiaires et clients) ?
- Qui est prêt à payer pour une solution (clients) ?

Trio absolument indissoluble et qui se travaille en mode *ping-pong*. Vous imaginez un besoin : quelles sont les clientèles concernées ? Vous pensez à une clientèle : quels sont ses besoins et quelles en seront les conséquences, les impacts ? Cet ensemble sera la pierre angulaire de votre raison d'être, de votre mission.

## Vos impacts

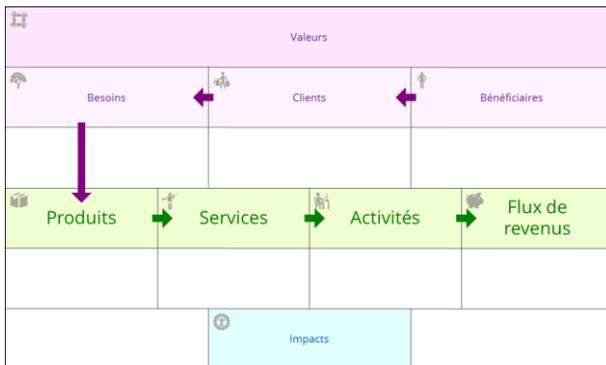
Valeurs			
Besoins	Clients	Bénéficiaires	
			Impacts

Un entrepreneur durable ou de l'ESS cherche avant tout à créer des impacts positifs.

Ces impacts, inspirés par les valeurs, se répercutent non seulement sur vos clients et vos bénéficiaires... mais aussi sur la société et sur l'environnement !

- Quelles seront les conséquences positives de vos actions ?
- Comment pourrez-vous les mesurer et les vérifier ?
- Créez-vous aussi des impacts indirects ?

## Vos produits, vos services, vos activités et vos revenus



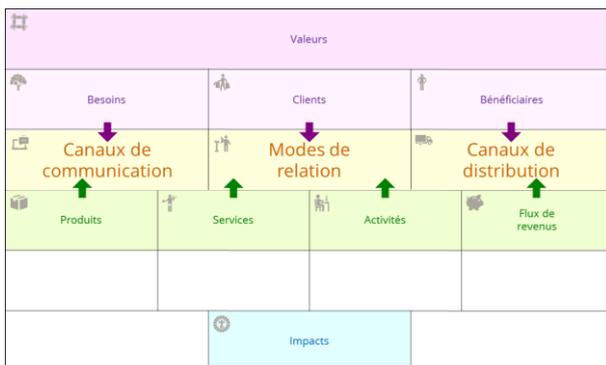
Une fois le défi posé, avec des clients et leurs besoins, réfléchissez à ce que vous pourrez leur proposer. Pour chaque besoin, réfléchissez à ces quelques points :

- Quels produits ou services pourrons-nous proposer ?
- Comment pourront-ils être monétisés ?
- Quel sera notre modèle de revenus: vente directe, abonnements, location, contre-prestations, subventions, etc. ?

- Le flux des revenus commencera-t-ils avant les dépenses, par des acomptes, simultanément ou bien plus tard, par le biais de factures avec des délais de paiement ?
- Quelles principales activités devrez-vous déployer pour produire vos produits et vos services, les communiquer et les livrer ?

Bravo ! Des besoins ressentis par des clients, des produits et des services pour y répondre afin de créer de l'impact... vous venez de définir votre raison d'être, votre mission.

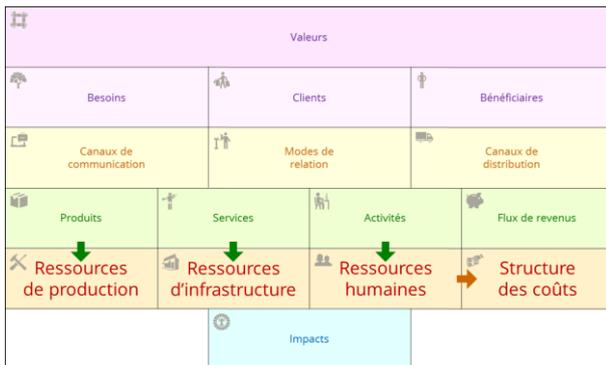
## Votre communication, vos modes de relation et votre distribution



Créer un pont entre vos clients et votre production, pour faire parler de vous et qu'ils puissent entrer en contact et recevoir vos solutions :

- Communication : comment vos clients entendront-ils parler de vous, de vos produits et services, par quels canaux (internet, les réseaux sociaux, de la publicité ou encore des conférences) ?
- Modes de relation : quelles relations maintiendrez-vous avec vos clients, seront-elles personnalisées et humaines ou alors automatisées, seront-elles orientées pour du self-service ou pour du conseil, à sens unique ou bilatérales ?
- Distribution : comment vos produits et services arriveront-ils dans les mains de vos clients ? Vos clients viendront-ils les chercher chez vous, chez vos distributeurs, ou seront-ils livrés directement chez eux ?

## Des ressources et des coûts

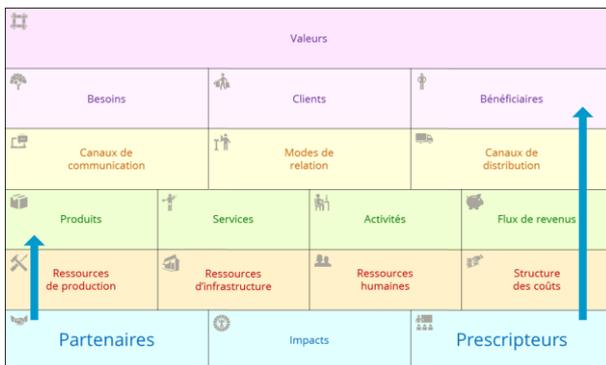


Pour proposer des produits et des services, il faut pouvoir les produire :

- Avez-vous besoin de ressources de production (matière première, énergie, emballages, services externes) ?
- De quelle infrastructure aurez-vous besoin (locaux, équipements, moyens de transport, communication, etc.) ?
- Qui sont les personnes essentielles capables de les produire ? Des collaborateurs internes ou des prestataires externes ?

Il est très rare que les ressources soient gratuites ! Quelles seront vos plus importantes charges ? Quels seront vos besoins de trésorerie ?

## Des partenaires et des prescripteurs

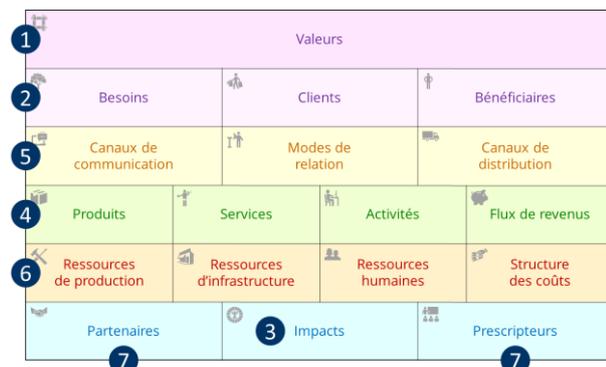


*Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin.* Deux blocs pour réfléchir sur les personnes externes ou organismes qui pourraient être :

- Vos partenaires, pour livrer ensemble des solutions plus complètes ou meilleures à vos clients ou alliés, renforçant vos actions, et vous les leurs, sans toutefois travailler ensemble.
- Vos prescripteurs qui recommandent vos produits et services, sans espérer de contrepartie, vos influenceurs (médias), qui peuvent mettre en avant vos produits et services, ou encore vos fournisseurs préférentiels, vos bailleurs de fonds, etc.

## Résumé

Le parcours *de bon sens* peut se dérouler comme suit :



1. Commencez par définir vos valeurs
2. Trouvez vos binômes clientèles-besoins
3. Imaginez les impacts que vous créerez
4. Définissez vos produits, services, activités et flux de revenus,
5. Communiquez-les et transportez-les auprès de vos clients
6. Listez les principales ressources dont vous aurez besoin, vos coûts et votre compte de résultats
7. Finalement, pensez à bien vous entourer !

## Lexique des blocs



### Valeurs:

Les valeurs morales, l'énergie, la motivation et les traits de personnalité, partagés par toutes les personnes de l'organisation.



### Besoins:

Les problématiques à résoudre ou les opportunités d'amélioration de vos clientèles, pour lesquelles vous allez apporter des solutions.



### Clients:

Les personnes qui vont acquérir vos produits et services et payer pour leur acquisition, que ce soit pour leurs propres besoins ou pour ceux de tiers bénéficiaires.



### Bénéficiaires:

Les personnes qui vont bénéficier de vos produits et services pour répondre à leurs besoins, toutefois sans être les payeurs directs.



### Canaux de communication:

Moyens de transport de vos messages par lesquels vous allez vous faire connaître, ainsi que vos prestations, mais qui vous permettront aussi d'écouter vos clientèles.



### Modes de relation:

Formes sous lesquelles vous serez en contact avec vos clientèles lors des différentes transactions.



### Canaux de distribution:

Moyens utilisés pour mettre vos produits et services dans les mains de vos clients et bénéficiaires.



### Produits:

Produits matériels ou immatériels que vous proposez à vos clientèles, impliquant leur possession, après leur acquisition ou leur réception.



### Services:

Activités que votre organisation exécute pour ses clientèles, afin que les résultats produits répondent à leurs besoins. Les services n'impliquent pas la possession d'un bien matériel ou immatériel.



### Activités:

Principales activités nécessaires au développement, à la commercialisation, à la production et à la distribution de vos prestations.



### Flux de revenus:

Liste des principales sources de revenus et d'entrées financières pour votre organisation, ainsi que leur forme (vente, location, leasing, subvention...).



### Ressources de production:

Matière première, énergie, temps, services externes, consommables, etc. nécessaires à la production de vos produits/services et proportionnels aux volumes de production.



### Ressources d'infrastructure:

Principaux éléments de l'environnement nécessaire à la réalisation des activités de votre organisation (locaux, équipements techniques, installations, moyens de transport, services de tiers, etc.)



**Ressources humaines:**

Personnes (physiques), collaborateurs et collaboratrices nécessaires à la réalisation des activités de votre organisation.



**Structure des coûts:**

Liste des principaux éléments de coûts de votre organisation, variables ou fixes, dérivant fondamentalement des ressources nécessaires.



**Partenaires:**

Organisations ou personnes avec qui vous pouvez collaborer.



**Impacts:**

Conséquences positives, au-delà des résultats immédiats de vos prestations, provoquées par l'intervention de votre organisation.



**Prescripteurs:**

Personnes-relais qui font la promotion de vos produits et services ainsi que de votre « marque ».