MANAGEMENT, SCIENCES DE GESTION ET NUMÉRIQUE
PARTIE COMMUNE
THÈME 1 : QUELS BIENS OU QUELS SERVICES POUR QUELS BESOINS ?

Le modèle économique

Comment analyser un modèle économique et montrer qu'il est créateur de valeur ?

09/10/2020

"X semble plus en mesure que jamais de dynamiser son modèle économique"

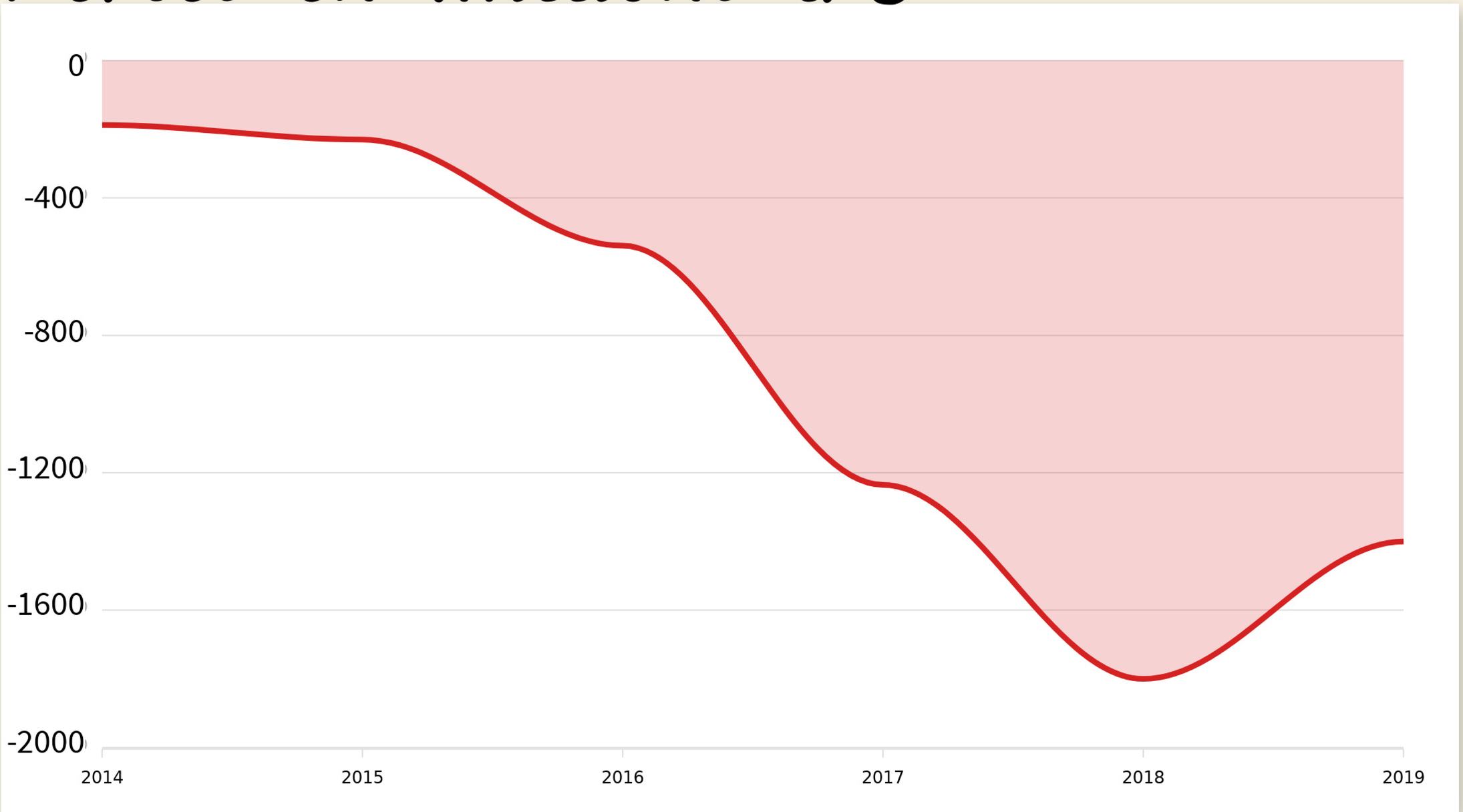
05/10/2020

"Le modèle économique des clubs sportifs fédérés"

08/10/2020

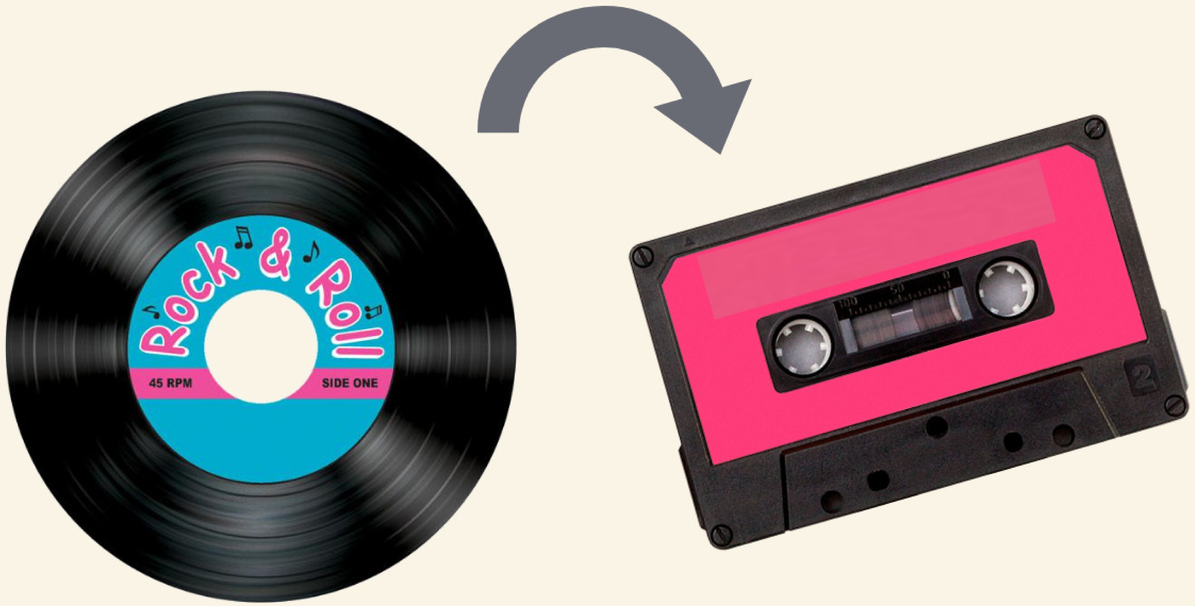
" Freecovoiturage veut concurrencer BlaBlacar avec un modèle économique différent."

Pertes en millions d'€



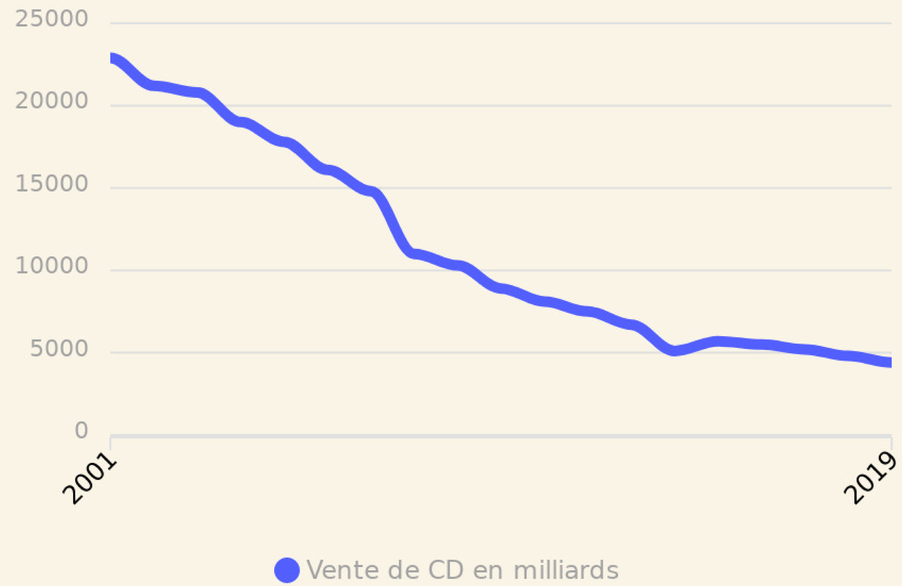
2006

Rock & Roll
45 RPM
SIDE ONE

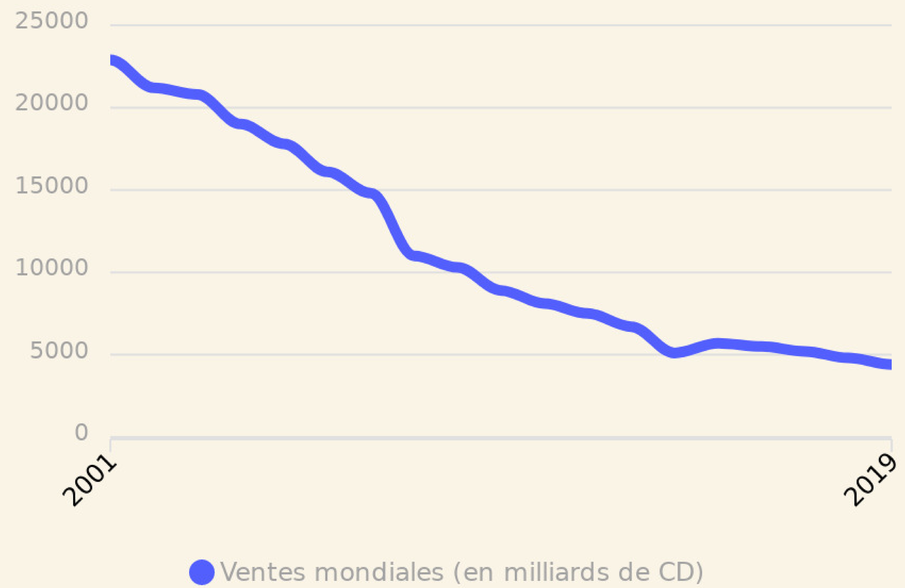

Rock & Roll
45 RPM
SIDE ONE

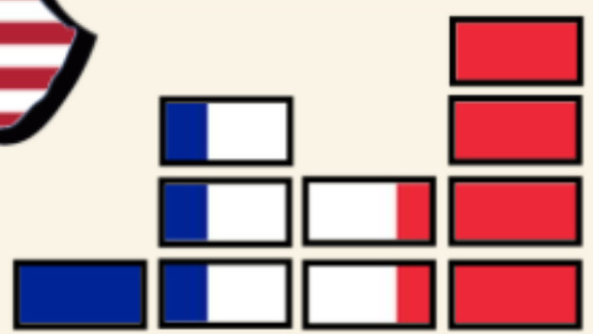
Rock & Roll
45 RPM
SIDE ONE

Rock & Roll
45 RPM
SIDE ONE


25000
20000
15000
10000
5000
0
2001
2019
Vente de CD en milliards

Rock & Roll
45 RPM
SIDE ONE

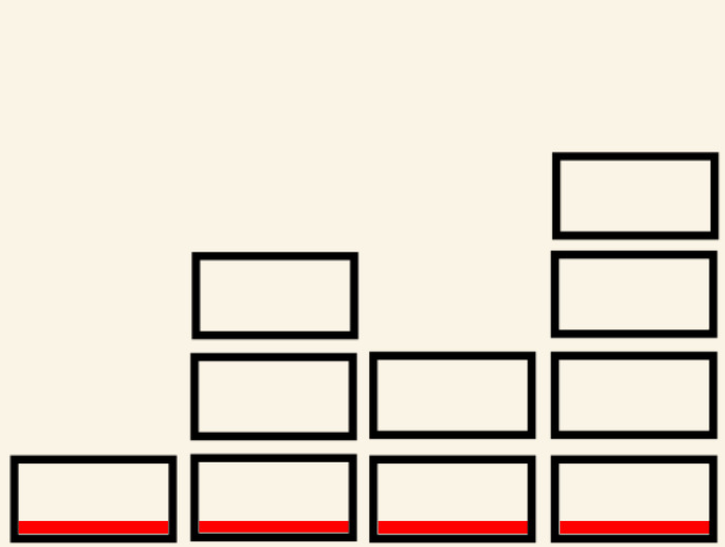

25000
20000
15000
10000
5000
0
2001
2019
Ventes mondiales (en milliards de CD)



7

60

270



C.A.

6 milliards €

Millions d'utilisateurs

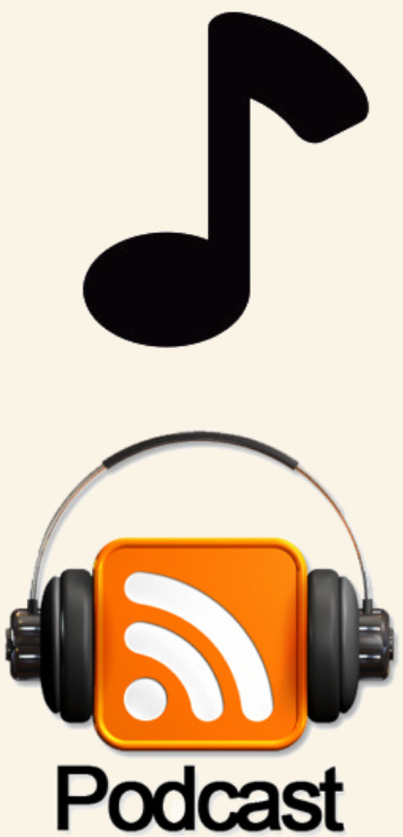
Labels et Artistes

Charges de fonctionnement

Charges

Produits

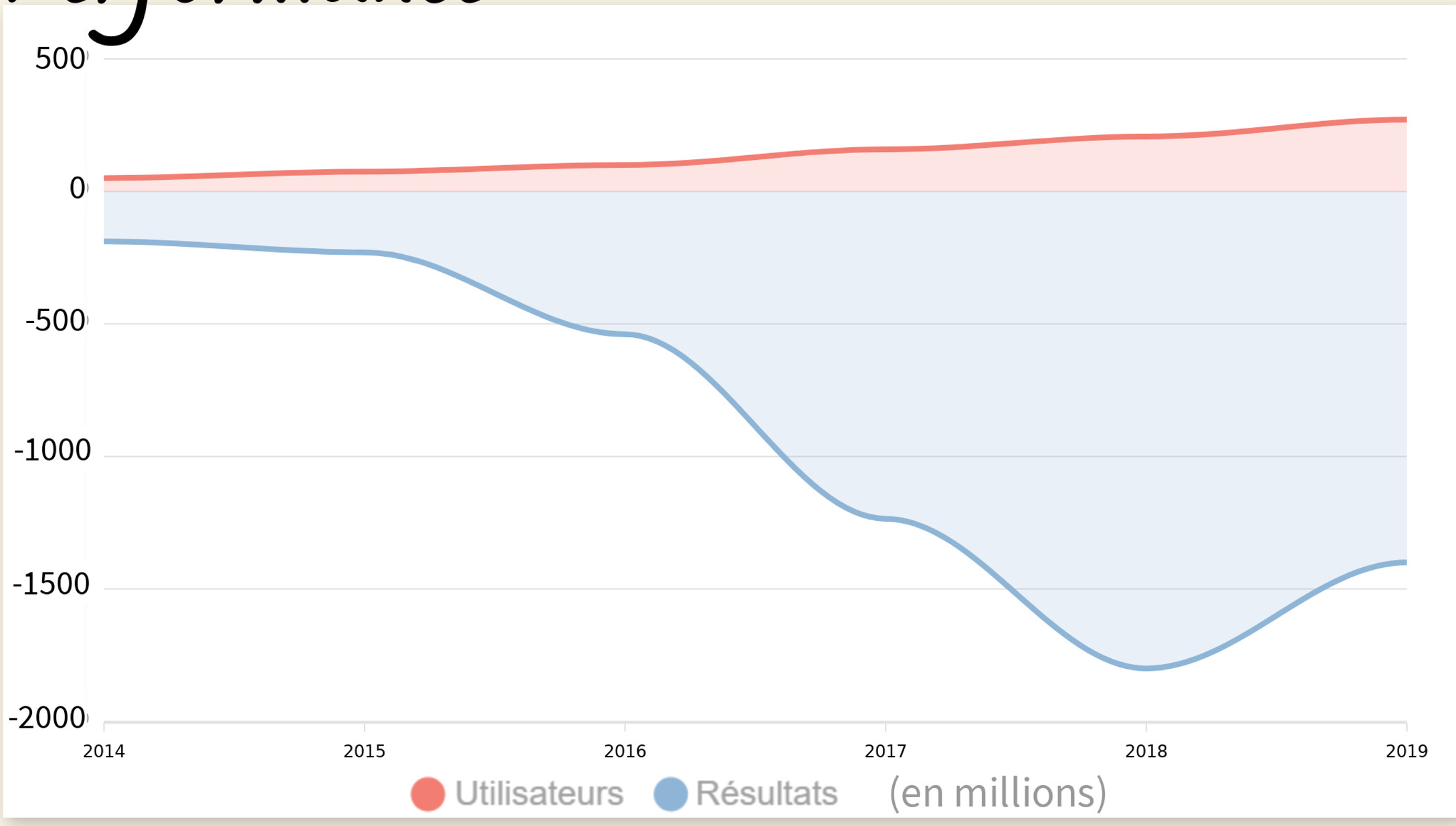
Résultat de l'exercice



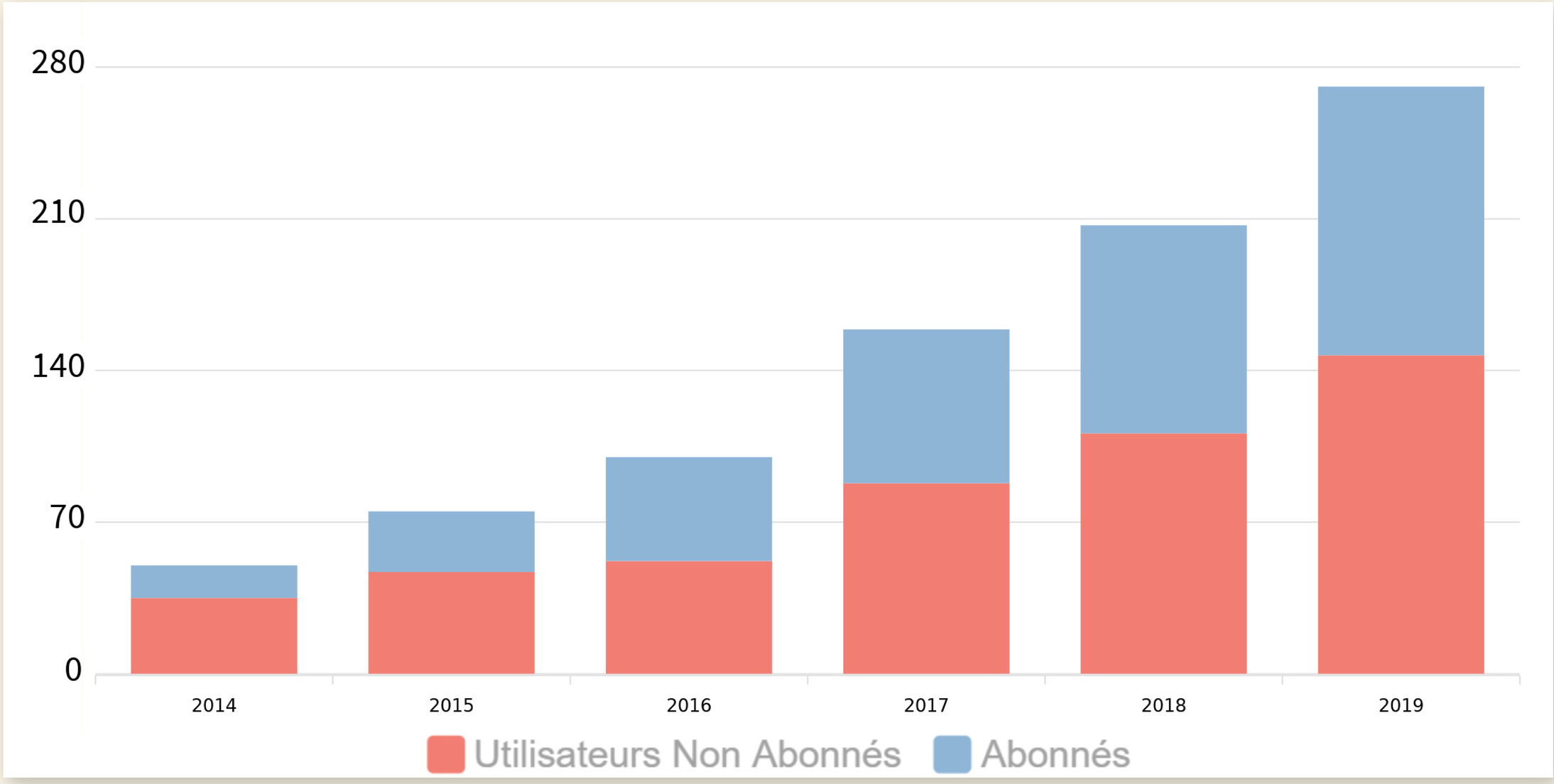
Utilisateur bénéficiant d'une offre basique

Utilisateur bénéficiant d'une offre intégrant des options supplémentaires

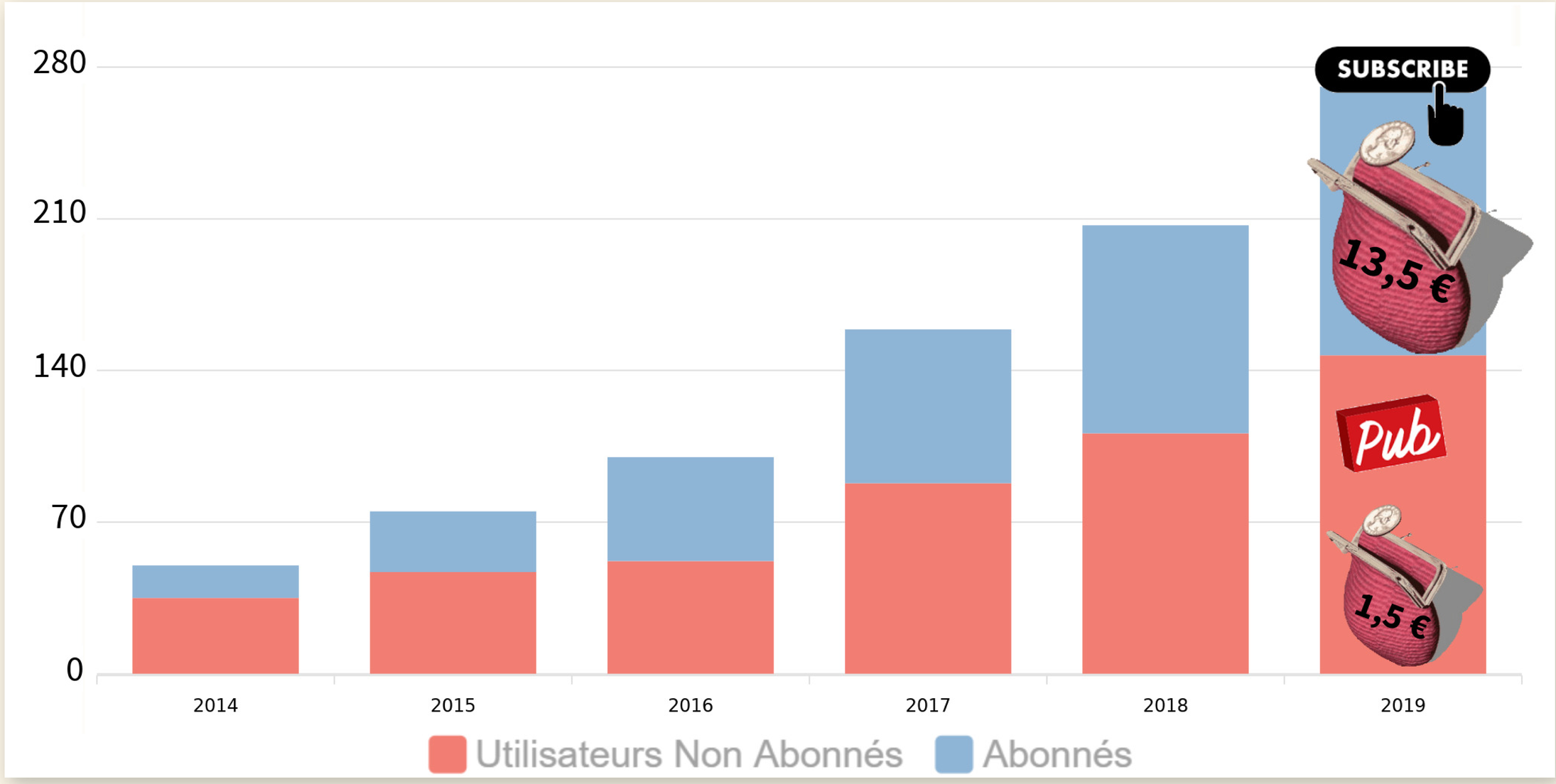
Performance



Nombre d'utilisateurs



Nombre d'utilisateurs



Valeur

Le modèle économique

Pérennité

Le modèle économique

La stratégie

Le plan d'affaires

La stratégie

→ **Facteurs clés de succès**

→ Avantage concurrentiel

→ Options stratégiques

La stratégie

→ Facteurs clés de succès

→ Avantage concurrentiel

→ Options stratégiques

La stratégie

→ Facteurs clés de succès

→ Avantage concurrentiel

→ **Options stratégiques**

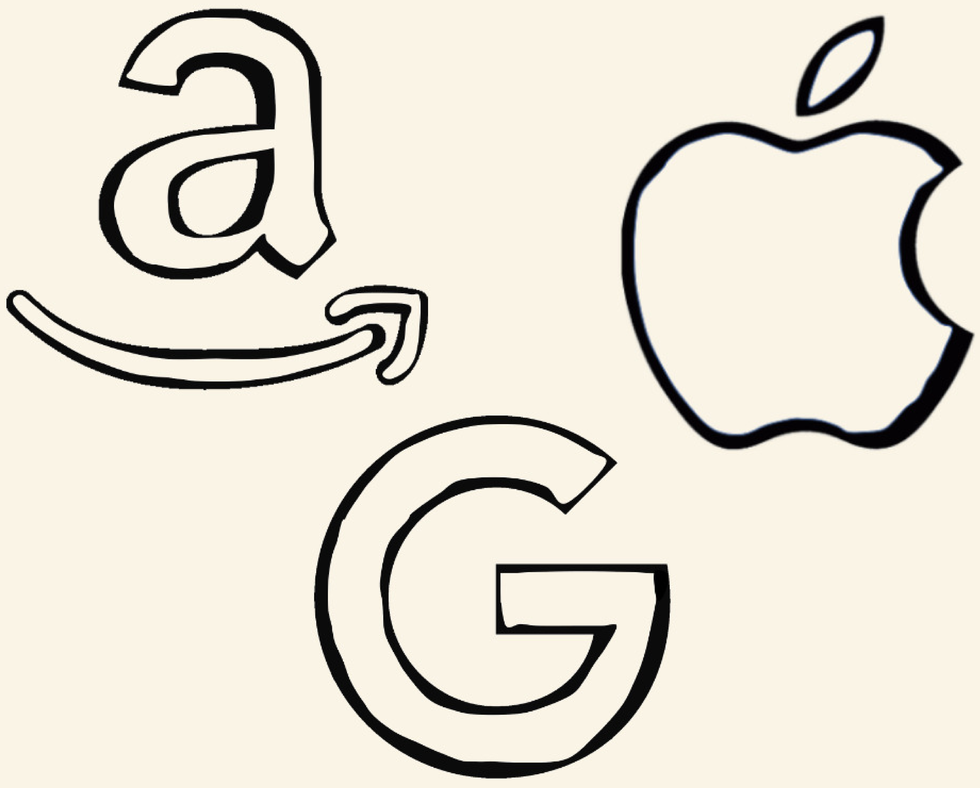
Les facteurs clés de succès

Disposer d'un catalogue de musique de taille suffisante

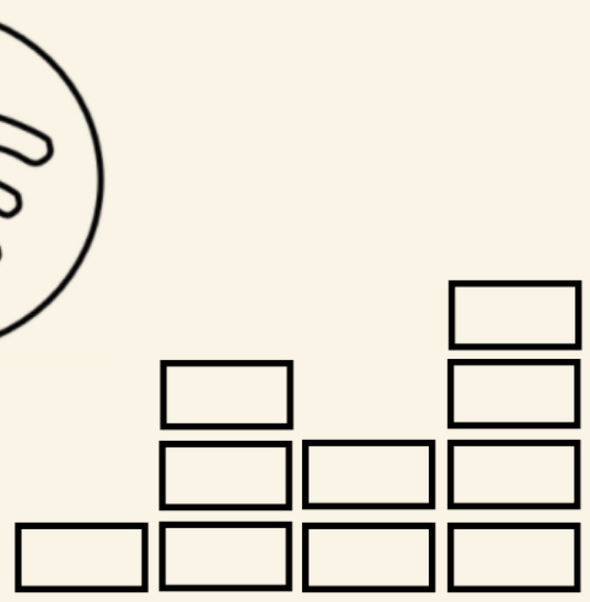
Proposer une bonne qualité audio

Travailler sur des algorithmes et des recommandations pertinents.

Les stratégies globales



Diversification



Spécialisation

Le modèle économique

La stratégie

Le plan d'affaires

Le plan d'affaires

→ **Objectifs d'affaires, les méthodes, la façon et les délais**

→ *Feuille de route*

Le plan d'affaires

→ **Objectifs d'affaires, les méthodes, la façon et les délais**

→ **Feuille de route**

Valeur

Une organisation crée plusieurs formes de valeur...

→ **Valeur financière**

→ **Valeur perçue**

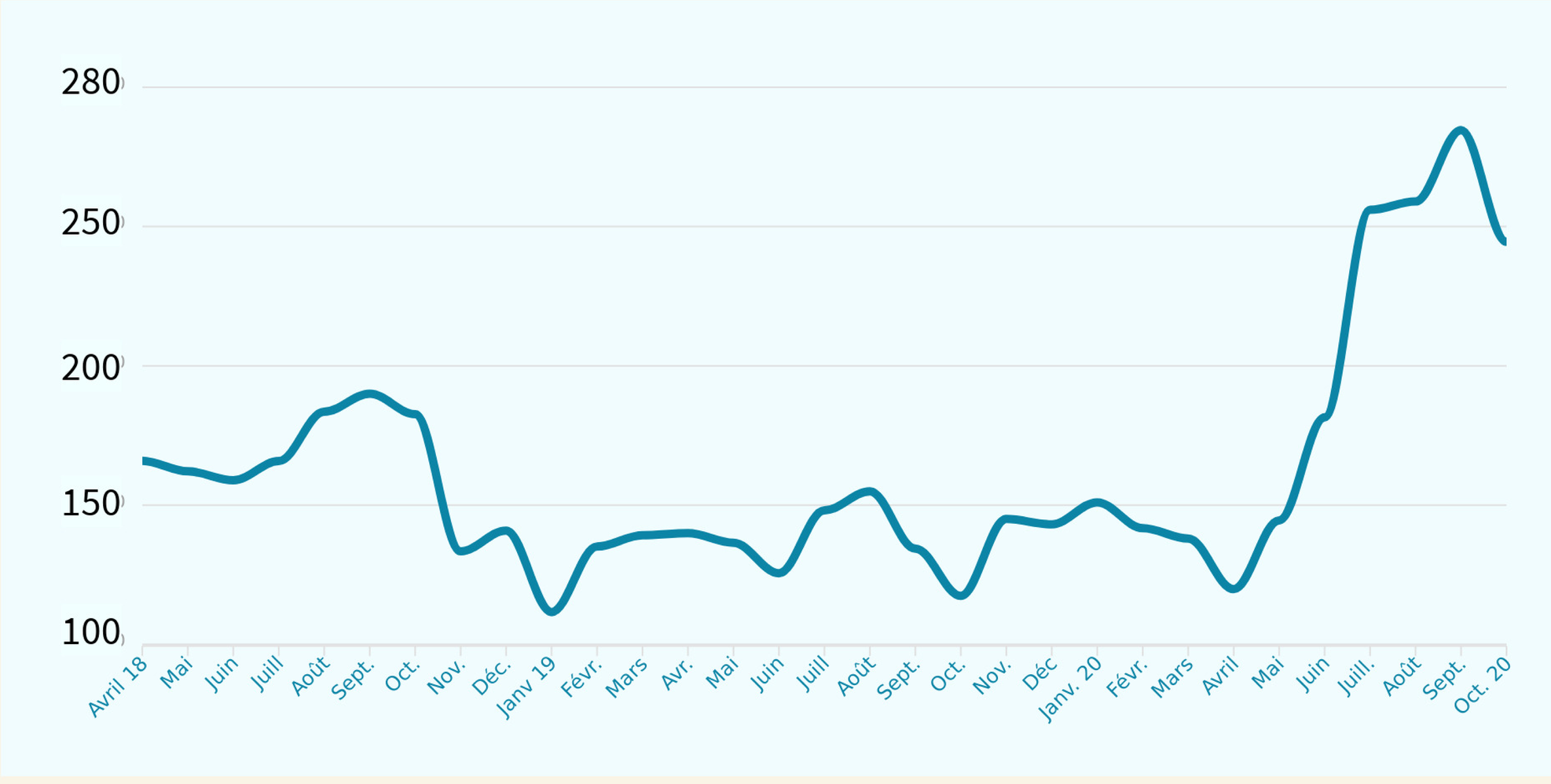
→ **Valeur partenariale**

→ ...

Valeur boursière de l'entreprise (2019)

50 milliards ($)

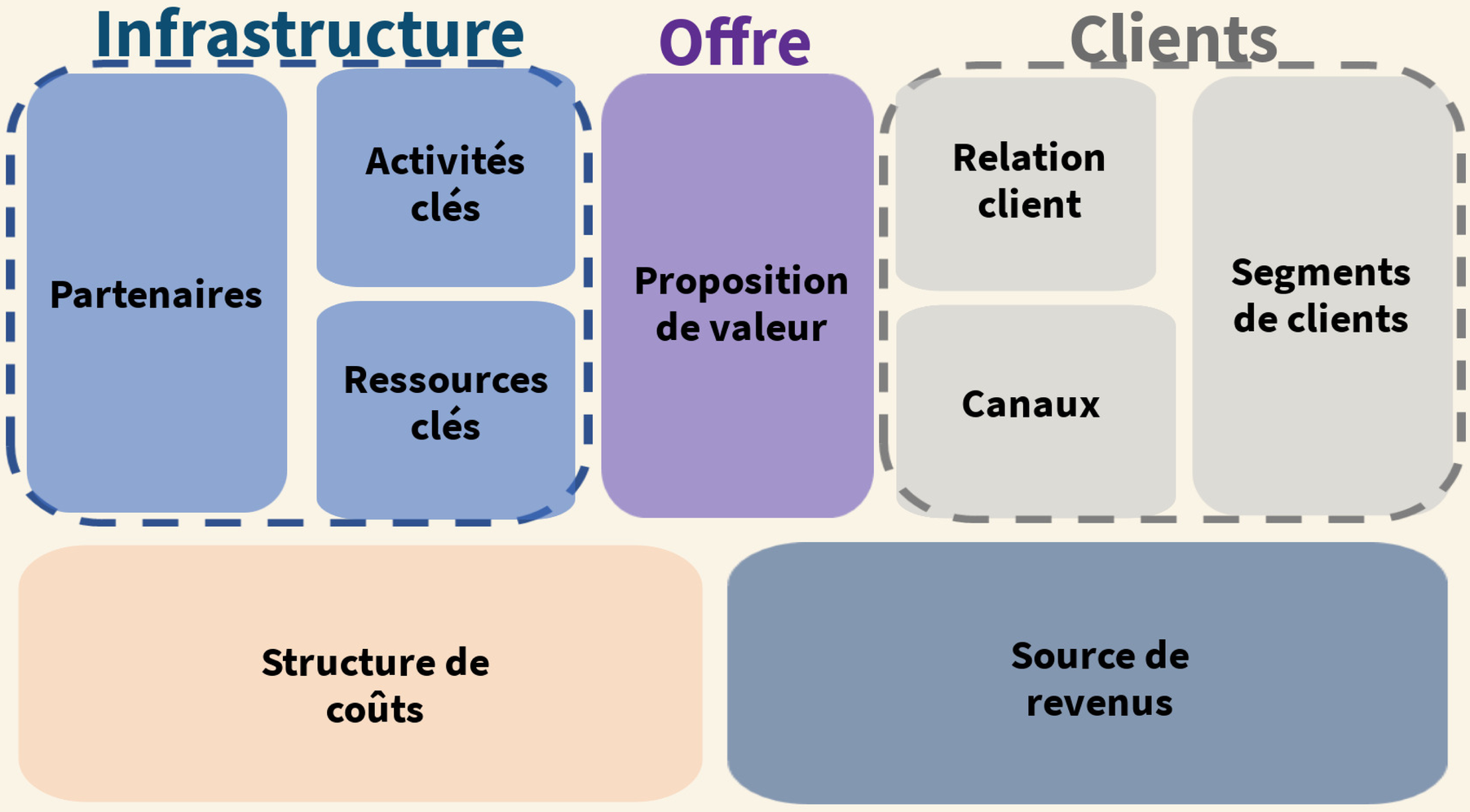
Cours de bourse ($)



Modèle CANVAS

Partenaires	Activités clés	Proposition de valeur	Relation client	Segments de clients
	Ressources clés		Canaux	
Structure de coûts			Source de revenus	

Modèle CANVAS



Modèle CANVAS

Proposition de valeur

Il s'agit d'une combinaison de biens et de services qui répond aux besoins des clients et va permettre à l'organisation de créer de la valeur.

*** Quelle valeur apporte cette combinaison au client ?**
*** Quel problème du client contribue-t-elle à résoudre ?**
*** Quelles solutions propose-t-elle pour y répondre ?**
*** À quels besoins du client l'offre répond-elle ?**

La valeur peut être
- quantitative (prix, délais de livraison)
et/ou
- qualitative (design, packaging, expérience client)

Modèle CANVAS

Proposition de valeur

Il s'agit d'une combinaison de biens et de services qui répond aux besoins des clients et va permettre à l'organisation de créer de la valeur.

*** Quelle valeur apporte cette combinaison au client ?**
*** Quel problème du client contribue-t-elle à résoudre ?**
*** Quelles solutions propose-t-elle pour y répondre ?**
*** À quels besoins du client l'offre répond-elle ?**

La valeur peut être
- quantitative (prix, délais de livraison)
et/ou
- qualitative (design, packaging, expérience client)

Offre gratuite
ou
Offres Payantes

Modèle CANVAS

Proposition de valeur

Il s'agit d'une combinaison de biens et de services qui répond aux besoins des clients et va permettre à l'organisation de créer de la valeur.

*** Quelle valeur apporte cette combinaison au client ?**
*** Quel problème du client contribue-t-elle à résoudre ?**
*** Quelles solutions propose-t-elle pour y répondre ?**
*** À quels besoins du client l'offre répond-elle ?**

La valeur peut être
- quantitative (prix, délais de livraison)
et/ou
- qualitative (design, packaging, expérience client)

Offre gratuite
ou
Offres Payantes

Cette proposition de valeur est propre à chaque segment de clientèle

Modèle CANVAS

Segments de clients

Un segment est constitué d'individus ayant des caractéristiques homogènes.

L'organisation va choisir de lui apporter une offre spécifique, d'utiliser des canaux spécifiques. L'organisation entretiendra alors une relation particulière.

Chaque segment a un niveau de rentabilité qui lui est propre. Lors de la définition du modèle économique, l'organisation peut choisir d'écarter certains segments.

Modèle CANVAS

Segments de clients

Un segment est constitué d'individus ayant des caractéristiques homogènes.

L'organisation va choisir de lui apporter une offre spécifique, d'utiliser des canaux spécifiques. L'organisation entretiendra alors une relation particulière.

Chaque segment a un niveau de rentabilité qui lui est propre. Lors de la définition du modèle économique, l'organisation peut choisir d'écarter certains segments.

Les FREE

Les PREMIUM

D'où le nom du modèle : le modèle FREE+MIUM = FREEMIUM

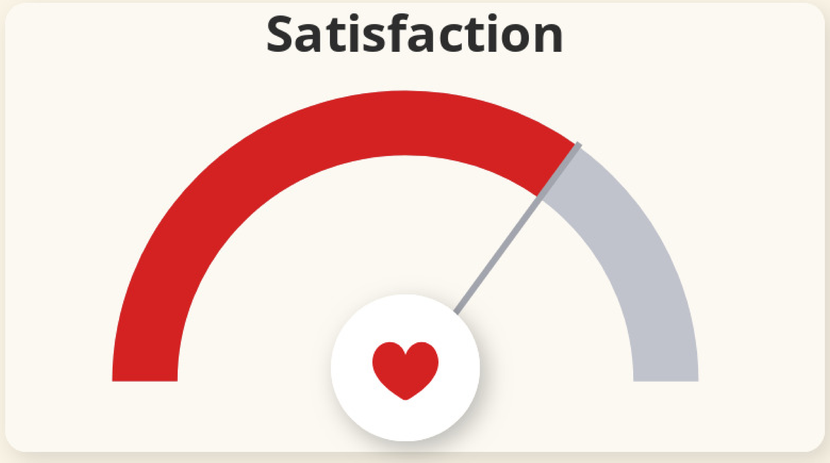
Modèle CANVAS

Relation client

L'organisation doit entretenir le lien avec les consommateurs de façon à les recruter et avec les clients de façon à les fidéliser.

L'enjeu est alors de leur apporter la satisfaction nécessaire.

Cela consiste à garder le lien en activant sans cesse les canaux de communication et de distribution.



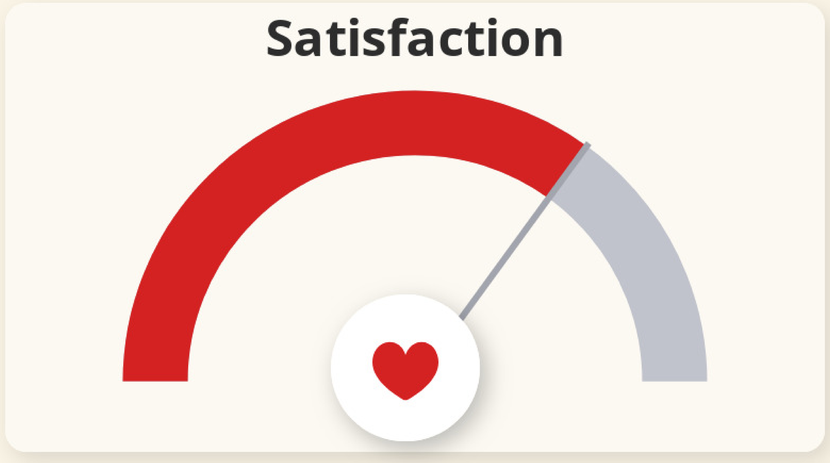
Modèle CANVAS

Relation client

L'organisation doit entretenir le lien avec les consommateurs de façon à les recruter et avec les clients de façon à les fidéliser.

L'enjeu est alors de leur apporter la satisfaction nécessaire.

Cela consiste à garder le lien en activant sans cesse les canaux de communication et de distribution.



Offre personnalisée

Modèle CANVAS

Canaux

C’est la manière dont le client va être en contact avec l'offre.

L'enjeu pour une entreprise est multiple :
*** Comment se démarquer ?**
*** Comment faire savoir que l'offre existe ?**
*** Quelles ressources sont à utiliser ?**

Modèle CANVAS

Canaux

C’est la manière dont le client va entrer en contact avec l'offre.

L'enjeu pour une entreprise est multiple :
*** Comment se démarquer ?**
*** Comment faire savoir que l'offre existe ?**
*** Quelles ressources sont à utiliser ?**

- **Site web**
- **Application**
- **Option en voiture**

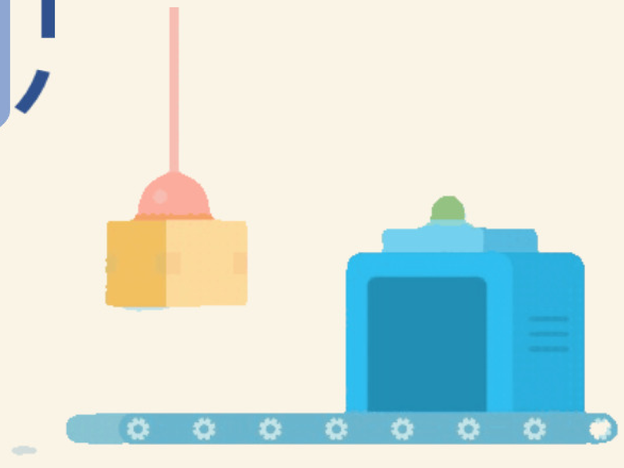
Modèle CANVAS

Infrastructure

Partenaires

Activités clés

Ressources clés



*** Qu'est ce qu'il est essentiel de faire pour produire, et distribuer, l'offre ?**

*** Quelles ressources sont alors indispensables ?**

*** Le faire soi-même ou le confier à un partenaire ?**

Modèle CANVAS

Infrastructure

Partenaires

Activités clés

Ressources clés

* **Qu'est ce qu'il est essentiel de faire pour produire, et distribuer, l'offre ?**

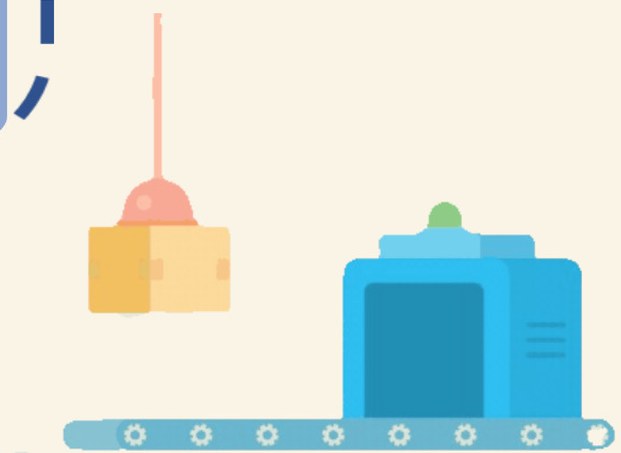
* **Quelles ressources sont alors indispensables ?**

* **Le faire soi-même ou le confier à un partenaire ?**

Achat/Location

⇩

Externalisation



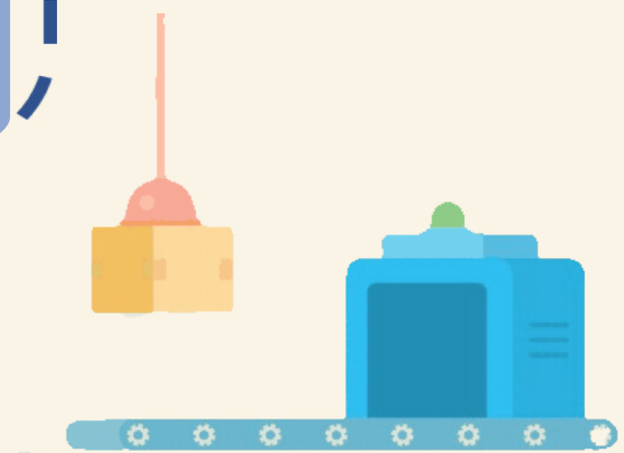
Modèle CANVAS

Infrastructure

Partenaires

Activités clés

Ressources clés



* **Qu'est ce qu'il est essentiel de faire pour produire, et distribuer, l'offre ?**

* **Quelles ressources sont alors indispensables ?**

* **Le faire soi-même ou le confier à un partenaire ?**

Achat/Location

⇩

Externalisation

Ce choix a un impact sur les coûts...

Modèle CANVAS

Il s'agit des coûts liés au fonctionnement du modèle.

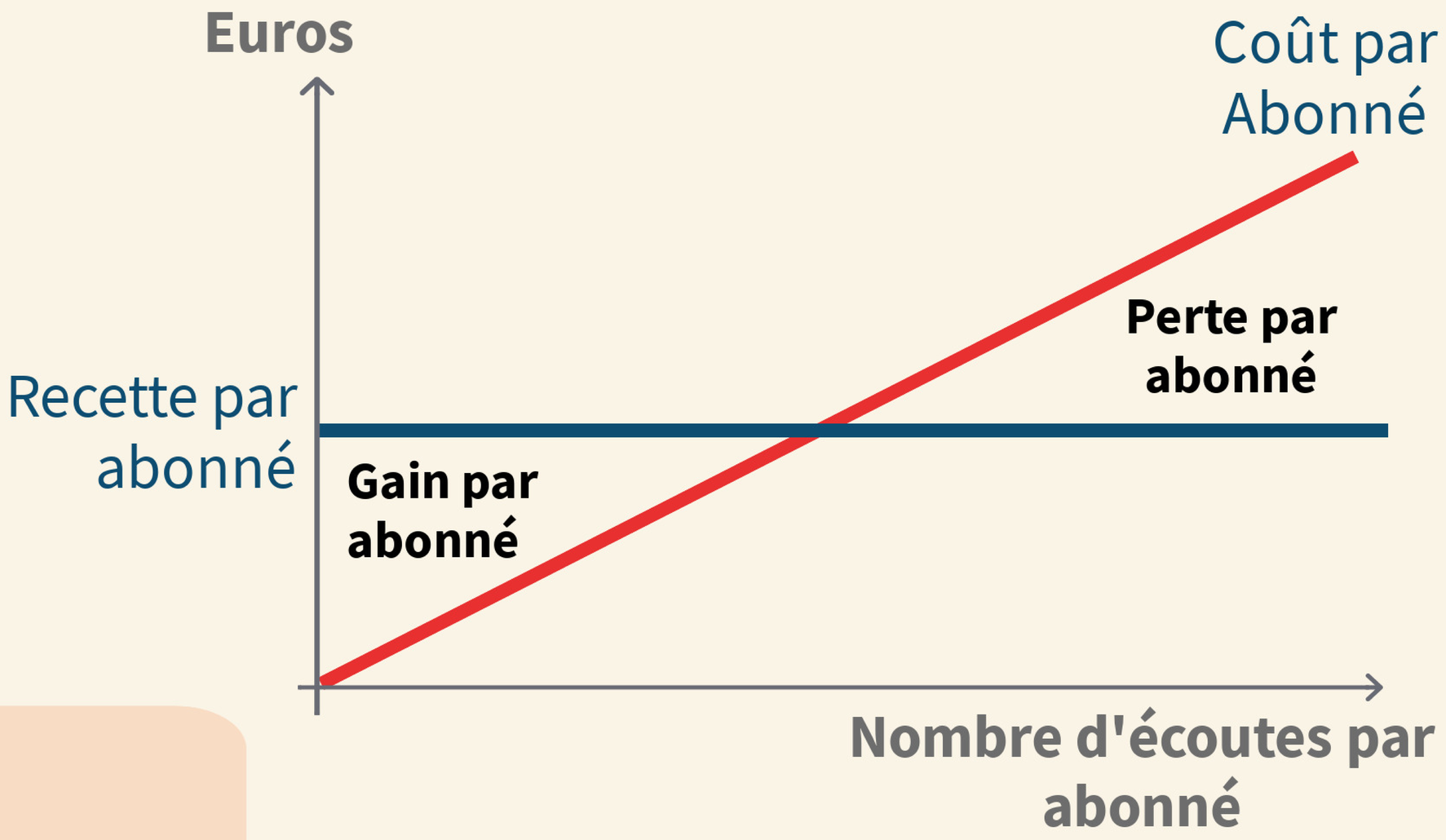
Ils dépendent donc des activités que l'organisation a choisi d'assurer avec ses propres ressources ou avec ses partenaires.

L'organisation peut choisir de les réduire autant que possible (cost driven) ou de ne pas lésiner, et offrir une offre premium (value driven).

Dans tous les cas, il faut que les revenus couvrent l'ensemble de ces coûts.

Structure de coûts

Modèle CANVAS



Structure de coûts

Modèle CANVAS

L'offre doit permettre à l'organisation de dégager des revenus.

Pour quelle valeur les futurs clients sont-ils prêts à payer ?
Pour quelle valeur comparable payent-ils aujourd'hui ?

Chaque segment client contribuent différemment à la création de cette valeur.

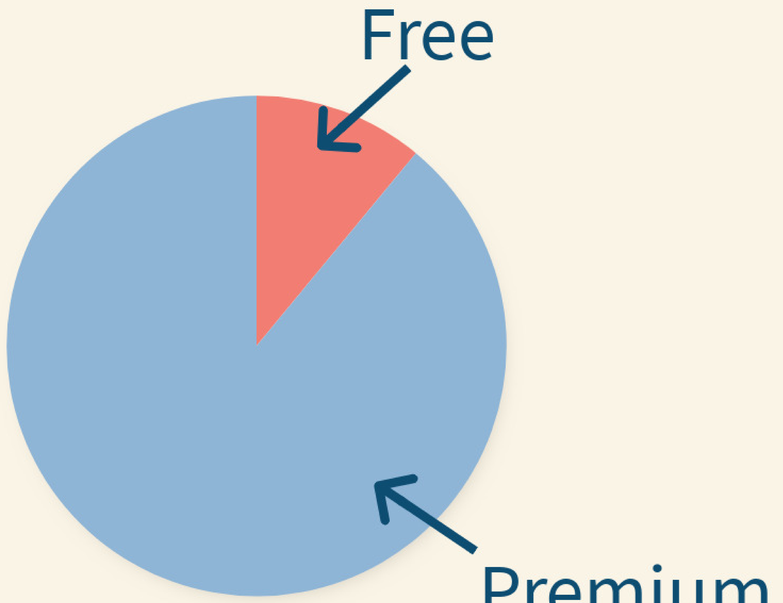
Source de revenus

Modèle CANVAS

L'offre doit permettre à l'organisation de dégager des revenus.

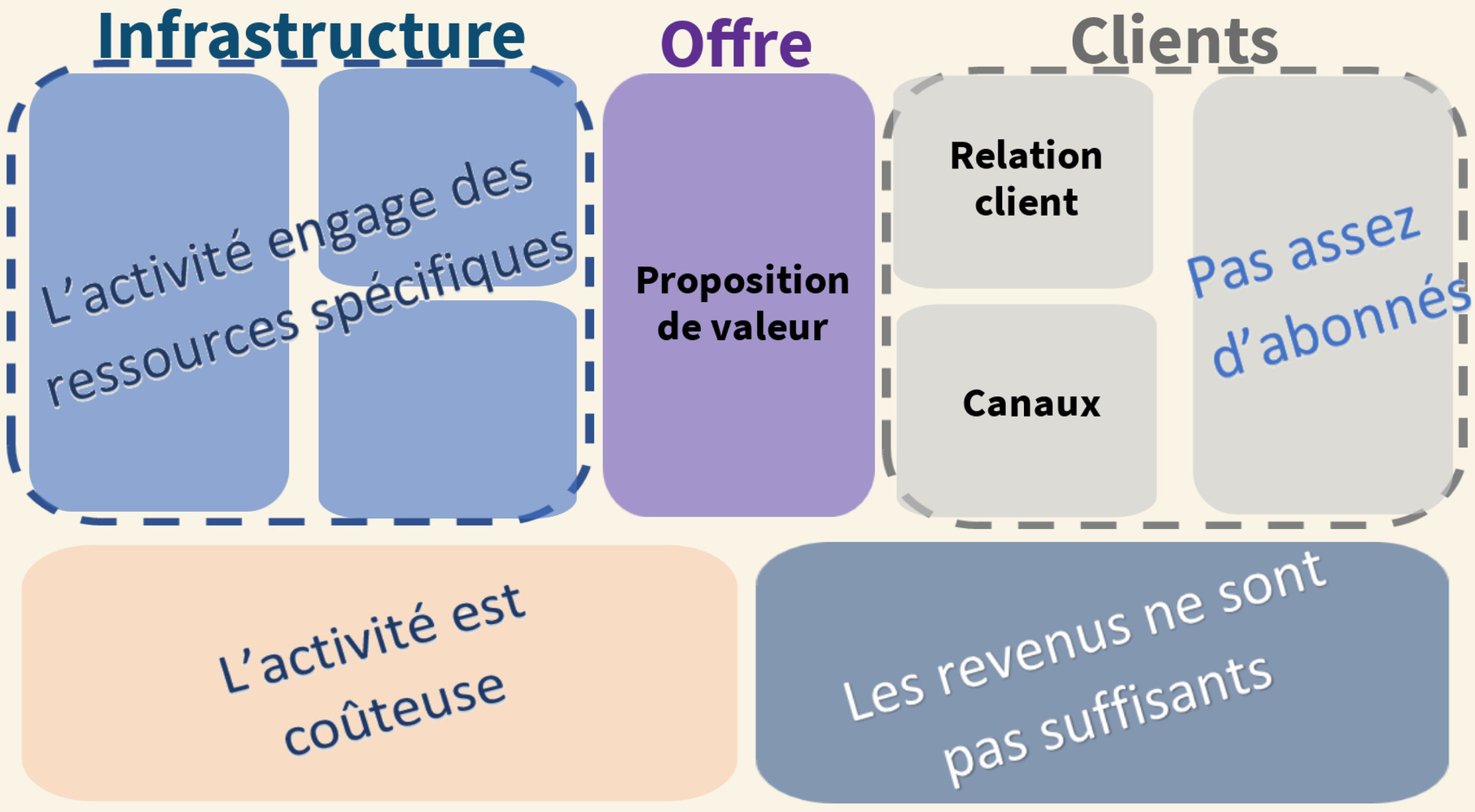
Pour quelle valeur les futurs clients sont-ils prêts à payer ?
Pour quelle valeur comparable payent-ils aujourd'hui ?

Chaque segment client contribuent différemment à la création de cette valeur.



Source de revenus

Modèle CANVAS



Modèle CANVAS

Modèle économique en rupture avec les standards habituels

Modèle FREEMIUM

Innovation

Le modèle économique

Modèle de plateforme

Modèle low Cost

Modèle de gratuité

Modèle
de plateforme

Modèle
low Cost

Modèle
de gratuité

Modèle de plateforme

Modèle low Cost

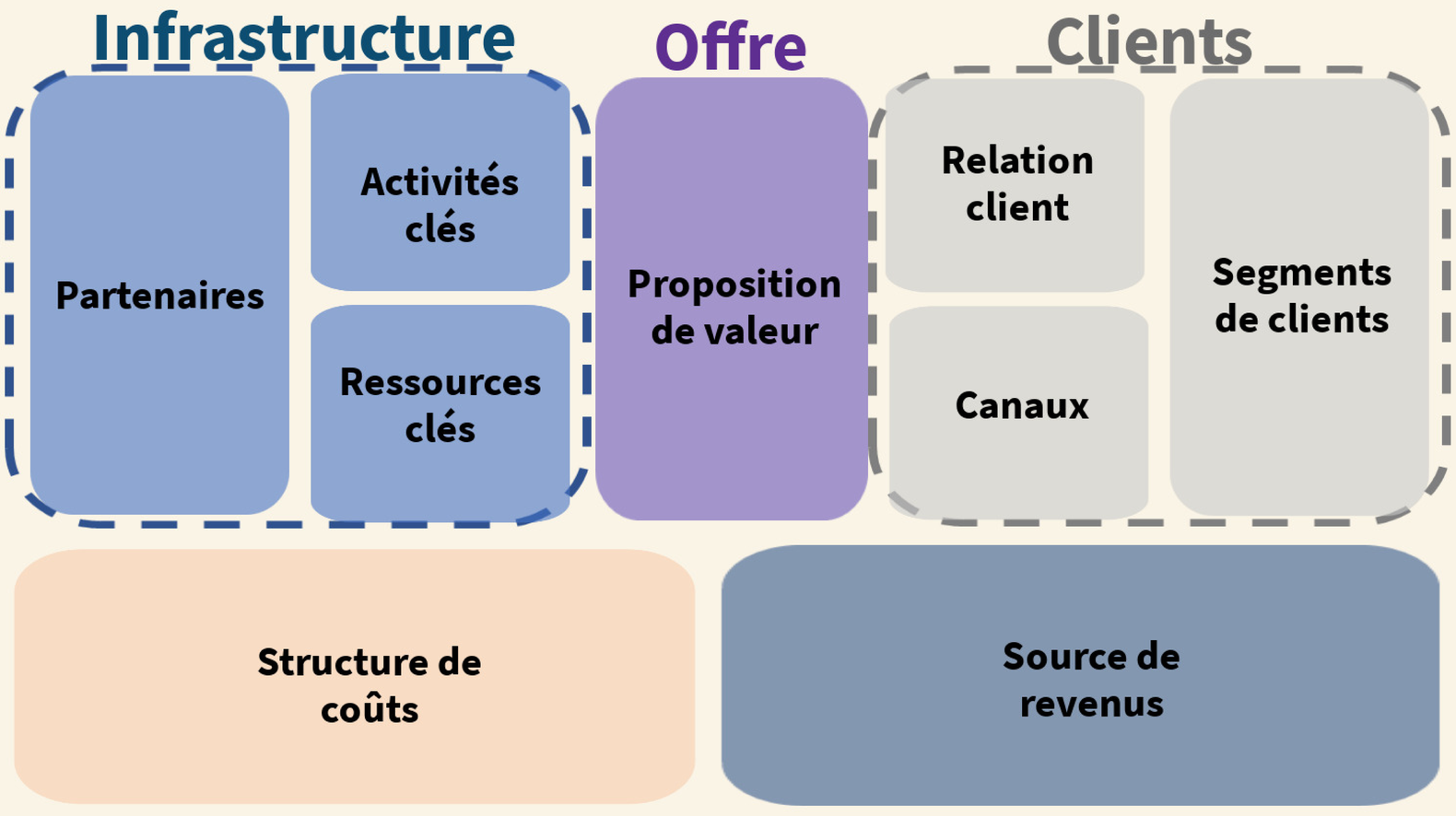
Modèle de gratuité

Modèle
de plateforme

Modèle
low Cost

Modèle
de gratuité

Relevez les informations dans les annexes et structurez votre analyse à l'aide des 5 ou 9 blocs du CANVAS...



Êtes-vous prêts pour un petit test ?

L'analyse du modèle économique d'une organisation permet seulement de comprendre comment elle crée de la valeur financière.

Vrai

Faux

L'analyse du modèle économique d'une organisation permet seulement de comprendre comment elle crée de la valeur financière.

Vrai

Faux

Avec un modèle économique, l'organisation peut créer de la valeur sans forcément dégager de bénéfice.

Vrai

Faux

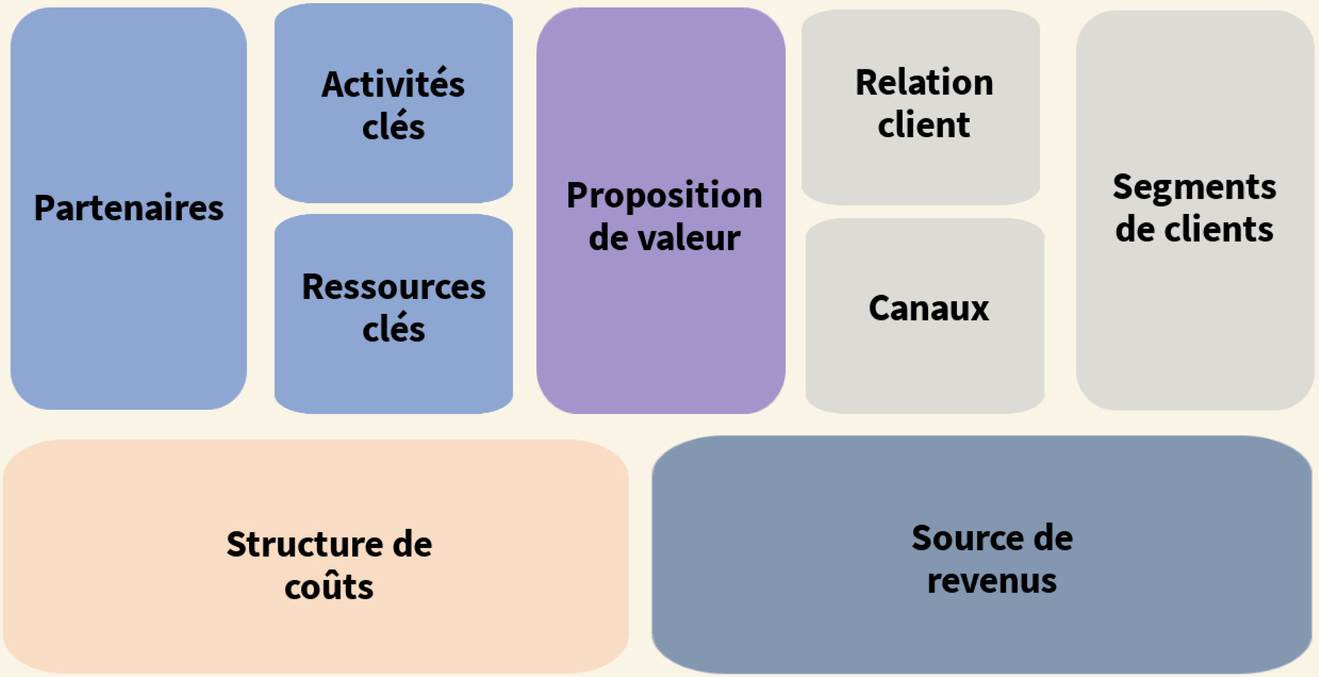
Avec un modèle économique, l'organisation peut créer de la valeur sans forcément dégager de bénéfice.

Vrai

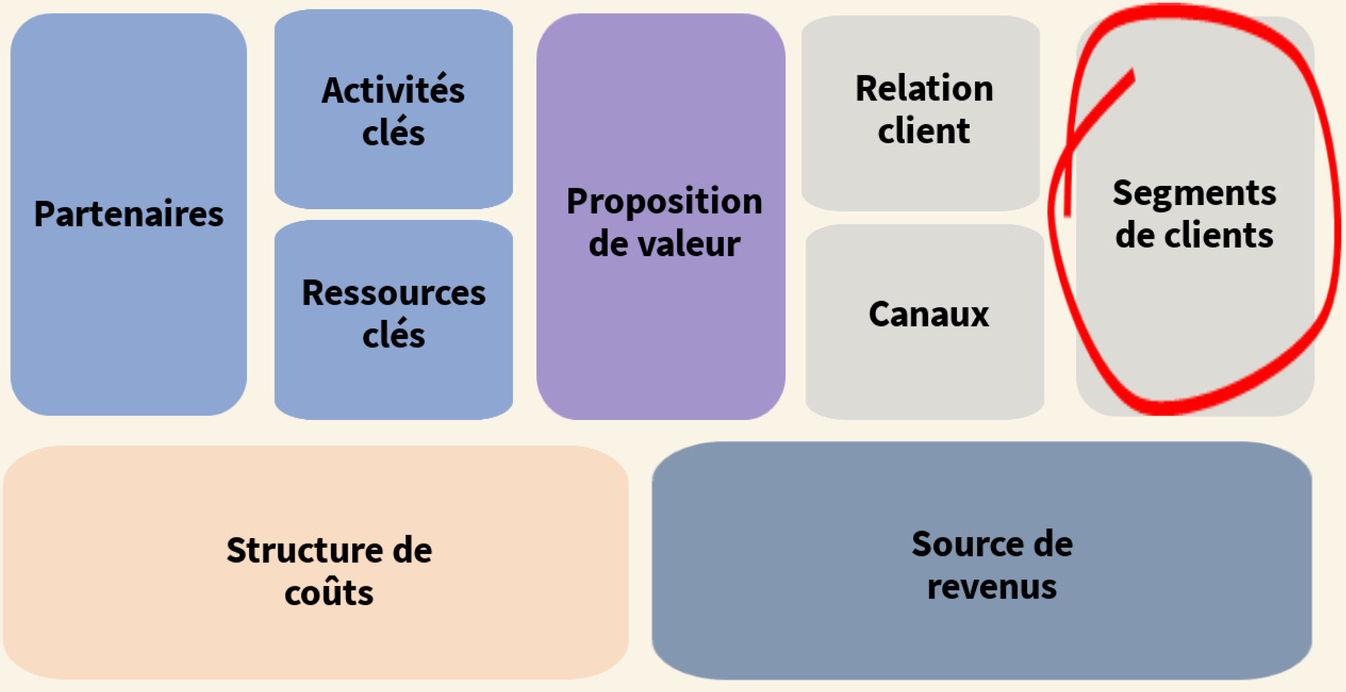
Faux

Si vous deviez analyser une annexe présentant le modèle économique d'une entreprise, à quel(s) bloc(s) rattachereriez-vous les extraits suivants ?...

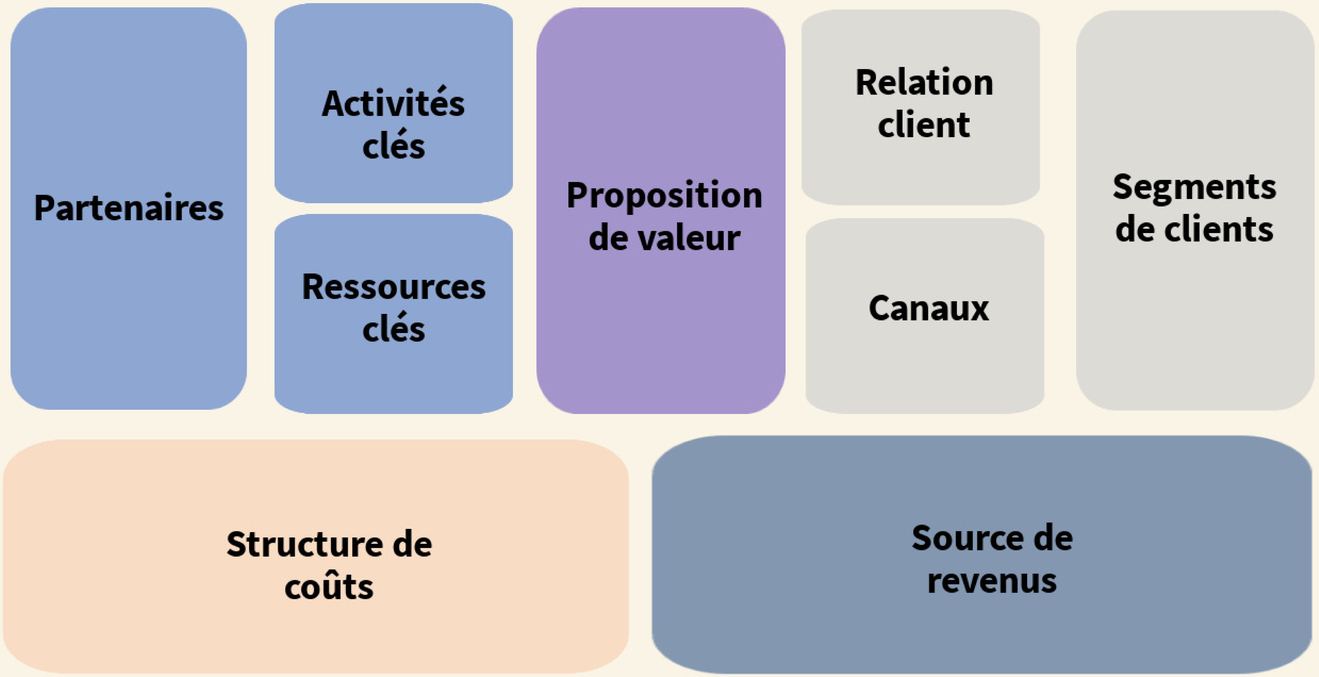
"L'offre s'adresse à des individus âgés de 15 à 25 ans"



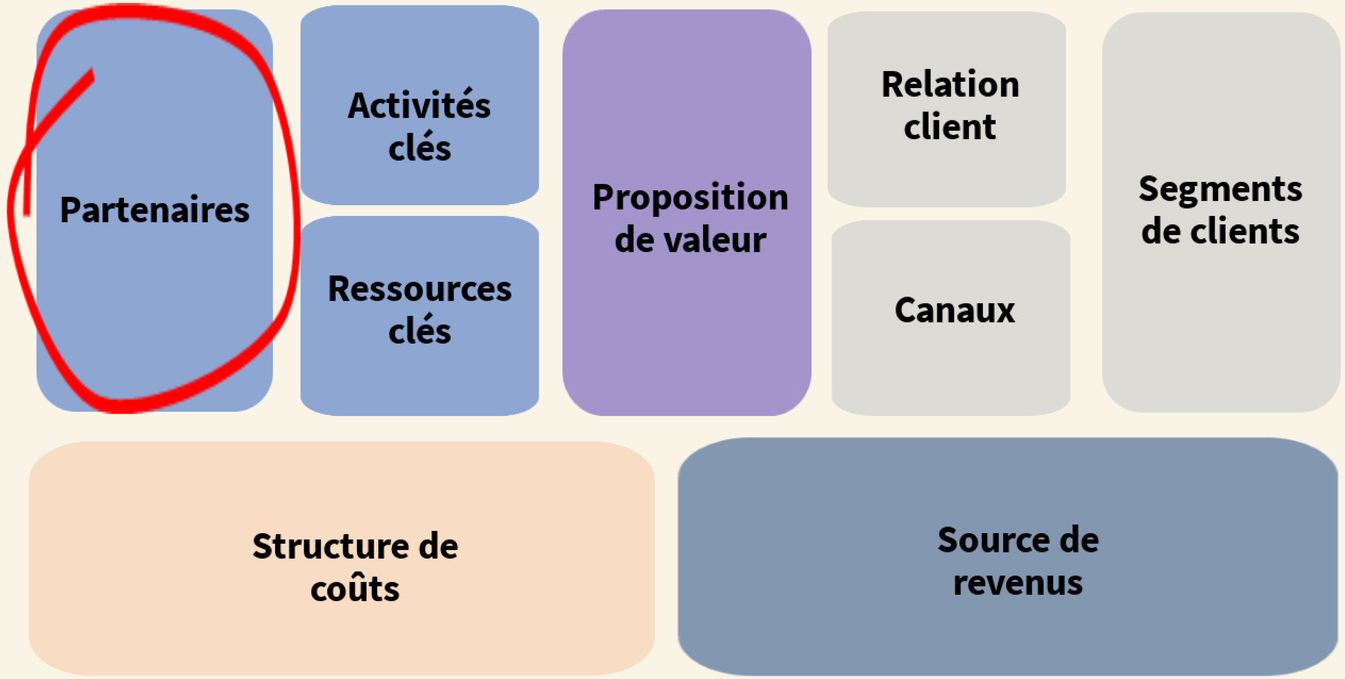
"L'offre s'adresse à des individus âgés de 15 à 25 ans"



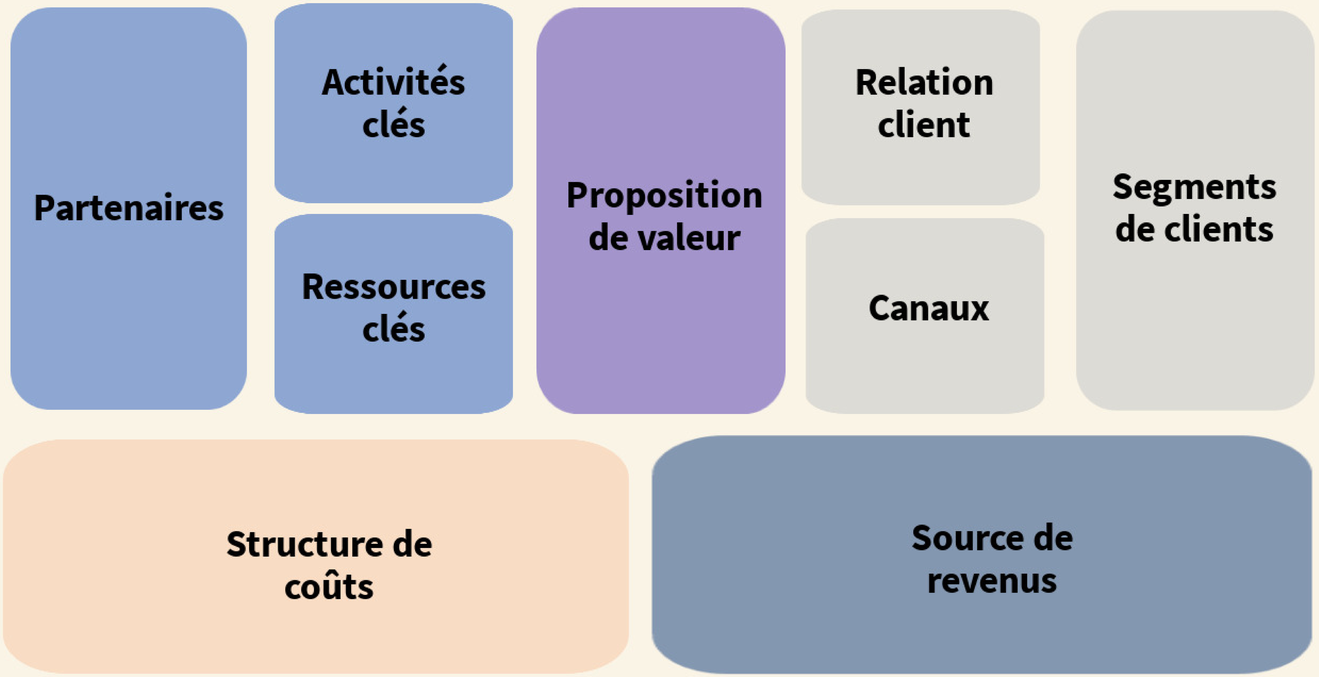
" L'entreprise externalise une partie de son activité "



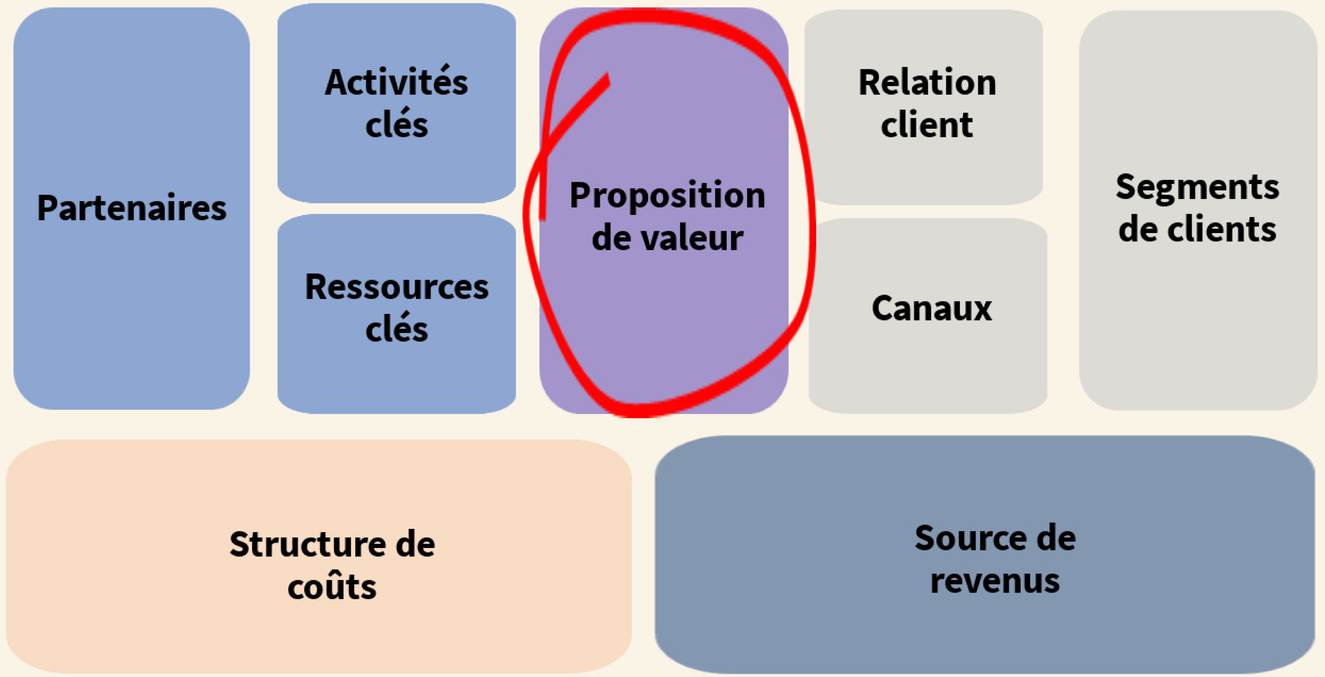
" L'entreprise externalise une partie de son activité "



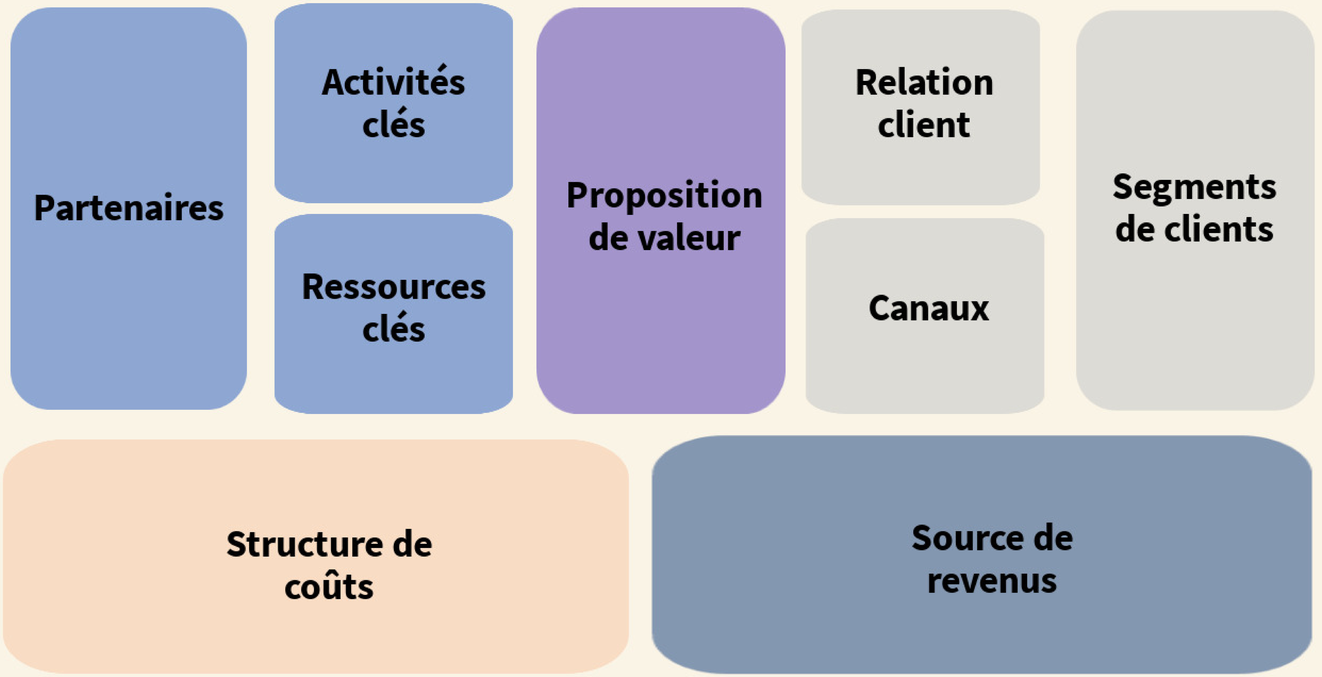
" L'entreprise propose une offre issue du commerce équitable "



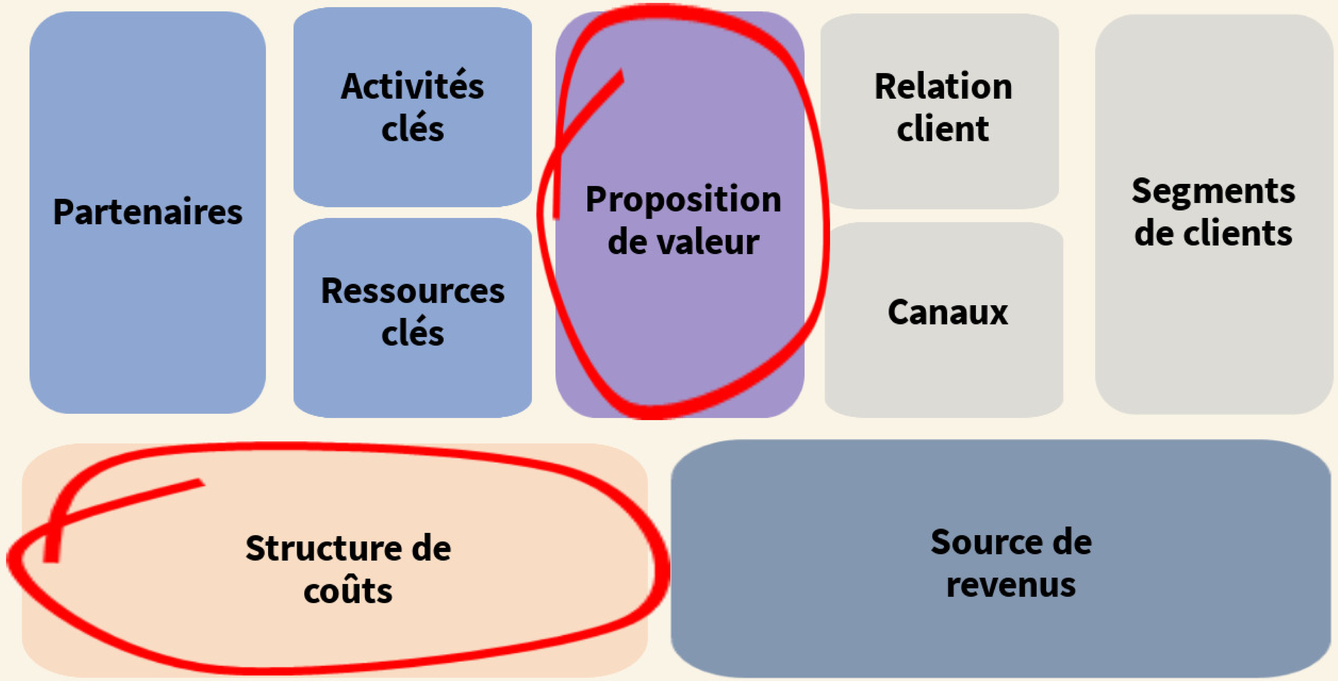
" L'entreprise propose une offre issue du commerce équitable "



" L'organisation a investi beaucoup de moyens pour parvenir à améliorer son offre "



" L'organisation a investi beaucoup de moyens pour parvenir à améliorer son offre "



MANAGEMENT ET SCIENCES DE GESTION
NUMÉRIQUE - PARTIE COMMUNE

THÈME 1 : QUELS BIENS OU QUELS SERVICES POUR QUELS BESOINS ?

Le modèle économique

Comment analyser un modèle économique et montrer qu'il est créateur de valeur ?