

Canevas de Modélisation de Projet (CMP)

Partenaires clés

1. Qui sont nos partenaires actuels ?
2. Lesquelles de nos activités clés sont effectuées par ces partenaires ?
3. Quel(s) bénéfice(s) apportons-nous à nos partenaires ?
4. Est-ce que nos partenaires actuels partagent nos valeurs ?
5. Quels sont les partenaires potentiels envisagés ?
6. Est-ce que ces partenaires partagent des valeurs qui se rapprochent des nôtres ?
7. Sans être partenaires, quelles sont les parties prenantes qui influencent et/ou peuvent être influencées par la réalisation de notre projet ?
8. Comment envisageons-nous la gestion de ces parties prenantes ?

Activités clés

1. Quelles sont les activités nécessaires à l'exécution de nos :
 - a. Propositions de valeur ?
 - b. Canaux de distribution ?
 - c. Relations clients ?
 - d. Sources de revenus ?



Ressources clés

1. Quelles sont les ressources clés internes (humaines et matérielles) nécessaires à l'exécution des activités qui concordent avec nos :
 - a. Propositions de valeur ?
 - b. Canaux de distribution ?
 - c. Relations clients ?
 - d. Sources de revenus ?
2. Qui sont nos fournisseurs externes ? (actuels ou potentiels)
3. Partagent-ils nos valeurs ?



Propositions de valeur

1. Pourquoi réaliser ce projet ? (motivations, valeurs, impact souhaité)
2. Pour chacun des segments de clients visés :
 - a. quel(s) irritant(s) atténuons-nous de l'expérience client ?
 - b. quel(s) bénéfices(s) apportons-nous à l'expérience client ?
 - c. quelle(s) valeur(s) procurons-nous à l'expérience client ?
3. Dans le marché actuel, qui offre des propositions semblables à la nôtre ?
4. En quoi notre proposition se distingue-t-elle de ce qui est actuellement offert sur le marché ?
5. Quel est l'impact envisagé de notre proposition dans l'environnement immédiat ? (économique, social, culturel, politique et environnemental)



Relations clients



Pour chacun des segments visés :

1. Comment allons-nous acquérir les clients ? (*Get*)
2. Comment allons-nous maintenir la relation ? (*Keep*)
3. Comment pouvons-nous générer de nouvelles opportunités client ? (*Grow*)
4. Est-ce que les clients visés sont habitués à nos stratégies de *Get-Keep-Grow* ?
5. Quel est le coût économique, social et environnemental de nos stratégies ?

Canaux



Pour chacun des segments visés :

1. Quels sont les canaux utilisés pour rejoindre nos clients ou quels seraient les canaux à privilégier pour les rejoindre ?
2. Quels sont les canaux privilégiés par les clients qui adoptent des propositions de valeur semblables ?
3. Est-ce que nos choix de canaux s'intègrent aux habitudes/expériences recherchées des clients ?
4. Quel est le coût économique, social et environnemental des canaux identifiés ?

Segments de clients

1. Pour qui créons-nous de la valeur ? (économique, sociale, culturelle, politique et environnementale)
2. Parmi ces personnes, qui sont nos clients/bénéficiaires les plus importants ? (segments visés)
3. Quel(s) archétype(s)/*personae* pouvons-nous dessiner pour chaque segment de nos clients ?
 - a. profil sociodémographique ? (âge, sexe, revenus, langue, travail, scolarité, etc.)
 - b. habitudes de consommation ? (médias, produits/services, journée type, etc.)
 - c. ce qui influence leurs décisions et comportements ?
4. Quelle est l'expérience actuelle des clients visés avec des propositions de valeur semblables à la nôtre ?



Structure des coûts



1. Quels sont les coûts inhérents au projet proposé (ressources clés, activités clés, partenariats, etc.) ?
2. De ces coûts, lesquels sont prévus pour démarrer le projet ?
3. De ces coûts, lesquels sont prévus pour assurer la continuité du projet (frais récurrents d'opération) ?
4. Dans l'ensemble, quels sont les coûts (économique, social, culturel, politique et environnemental) de notre projet ?
5. Au-delà des clients visés, quelles sont les tierces parties et/ou communautés qui doivent supporter des coûts ?

Sources de revenus



1. Quelles sont les sources de revenus présentes ou envisagées ?
2. De ces sources, lesquelles sont les plus importantes ?
3. Quelle valeur (argent ou autres) nos clients sont-ils disposés à payer pour notre proposition de valeur ?
4. Quelle valeur (argent ou autres) nos clients paient-ils pour des propositions de valeur semblables à la nôtre ?
5. Dans l'ensemble, quels sont les bénéfices (économique, social, culturel, politique et environnemental) de notre projet ?
6. Au-delà des clients visés, quelles sont les tierces parties et/ou communautés bénéficiaires du projet ?