

Construire un business model performant (canvas)

■ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Intégrer les outils et représentations pour élaborer un business model efficace

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de cette formation, le stagiaire sera capable de :

- construire un business model en suivant une méthodologie simple et structurante
- maîtriser trois outils simples d'analyse du marché
- élaborer une ébauche de business plan
- imaginer des business models novateurs

■ PUBLICS VISÉS

Employés, Maîtrise, Encadrement

■ PRÉREQUIS

Aucun prérequis

■ DURÉE

7 heures (variable en fonction des objectifs)

■ MODALITÉS

Intra, présentiel

■ PROGRAMME DÉTAILLÉ DE LA FORMATION

Chaque équipe prend la responsabilité d'un groupe projet chargé d'élaborer un business model pour un marché particulier afin d'offrir de nouvelles opportunités de croissance à l'entreprise.

La formation est construite autour de la méthodologie d'élaboration du Business Model :

Partie 1 : Analyse des marchés

- chaque équipe analyse son marché suivant 3 axes :
 - l'écosystème /
 - positionnement de l'offre /
 - relation avec le client avec les outils associés
- restitution de chaque équipe et débriefing

Partie 2 : Représentation des business models

- chaque équipe construit son canvas
- présentation et débriefing

Partie 3 : Choix de décisions & Élaboration des business plans

- choix des décisions "Distribution"
- choix des décisions "Positionnement"
- choix des décisions "Relation Client"
- préparation COPIL
- restitution de chaque équipe et débriefing

Partie 4 : Génération d'autres business models

- présentation de la matrice d'étude de business models
- invention d'autres business model

Conclusion

- zoom sur notions clés

■ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation permet de s'approprier une méthodologie pour construire un business model, de formuler des choix alternatifs et d'approcher le Business Plan.

Les participants mettront en pratique tous ces éléments à l'aide du jeu « Business Model, le jeu du marketing® » qui permettra aux équipes de s'immerger dans une entreprise fictive.

Dans un premier temps, les équipes analysent les marchés existants sous 3 angles : Distribution, Positionnement de l'Offre et Relation Client.

A partir de ces analyses, elles expriment leurs intentions de business model en travaillant sur le « canvas » (canevas sous la forme d'une grande affiche murale représentant toutes les composantes du business model).

En cohérence avec les marchés, elles définissent ensuite leurs investissements en termes de distribution, positionnement et relation client ; puis elles construisent leur business plan.

Finalement, la dernière étape introduit une matrice de génération de business model qui les pousse à imaginer d'autres business model encore plus novateurs.



■ SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

(liste non exhaustive)

- Affiches
- Stickers
- Fiches outils
- Cartes
- Dossier du participant
- Livret pédagogique (format électronique)

■ VALIDATION DE LA FORMATION

- Attestation de stage

■ ÉVALUATION DE LA FORMATION :

- Questionnaire de satisfaction (réponse aux attentes), en salle
- Évaluation à chaud (quiz de validation des acquis), en salle
- Évaluation à froid sous la forme d'un questionnaire, par entretien téléphonique ou sur site (sur demande)

■ PERSONNALISATION DE LA FORMATION

- Selon objectifs et éléments fournis par l'entreprise