

L'ARBRE DE VIE ÉCONOMIQUE

Instructions

Tout comme l'être humain, l'entreprise est un organisme vivant et évoluant dans son écosystème.

L'objectif ici est de définir la mission d'entreprise et sa proposition de valeur à partir de l'essence vibratoire de l'entrepreneur, puis d'en dérouler le modèle économique. Nous allons laisser le mental de côté pour cet exercice, en nous concentrant sur nos émotions et leurs vibrations. Ce sont elles les guides. Prête pour le voyage ?

1 - FORCES ET FAIBLESSES DE L'ENTREPRENEUR

Reprendre les émotions qui se sont dégagées lors de l'expérience holistique sur l'entrepreneur

- Associer une force / faiblesse à chacune de ces émotions
- Décrire une situation pour laquelle chaque émotion a été une force, puis une faiblesse pour chaque émotion
- Nous représenterons ces Forces / Faiblesses dans les racines des arbres, en prenant celles qui font vibrer le plus d'émotions.

2 - MISSION DE L'ENTREPRENEUR

Mettre des mots qui découlent des émotions, sur la « mission » de l'entrepreneur, de la personne. Ces mots sont représentés au sein du tronc d'arbre.

VISION DE L'ENTREPRENEUR

Décrire la situation « idéale », en écoutant vibrer les émotions qui en découlent. Écrire les mots qui ont une résonance positive, confortable.

3 - RAISON D'ÊTRE DE L'ENTREPRISE

Percevoir/écouter les vibrations précédentes et y mettre des mots, en écho, en alignement avec la mission de l'entrepreneur. C'est ce que l'on retrouve dans la Proposition de valeur du Business Model Canvas

- A quel besoin / problème répond l'entreprise ?
- Qu'est-ce qu'elle apporte à ses clients ?
- Quelle est votre Valeur Ajoutée ?
- Quels sont vos points forts / Uniques pour cette Valeur Ajoutée
- Concrétisation en association de produits / Services



L'ARBRE DE VIE ÉCONOMIQUE

Instructions

4 - CLIENTS

- Quels sont-ils ? Qui est le décideur ?
 - Quels tranches d'âges ont-ils ?
 - Quels sont leurs besoins ? quels sont leurs spécificités ?
 - Les classer par segments auxquels l'on s'adresse
 - Quelle est leur sensibilité à votre approche / offre / produit ?
-

5 - RELATIONS CLIENTS

Détermine le mode d'interaction avec chaque segmentation de clients / offre. Elle va déterminer la stratégie de communication /fidélisation

- Comment allez-vous communiquer auprès de vos clients potentiels ou actuels ? Comment vont-ils vous connaître ?
 - Publicité sur internet, réseaux sociaux
 - Blog
 - Actions de présentation avant-vente chez vos clients
 - Campagnes de démarchage téléphonique....
 - Vos relations clients sont-elles personnalisées ou automatisées ?
 - Comment allez vous acquérir de nouveaux clients et fidéliser les anciens?
-

6 - CANAUX DE DISTRIBUTION

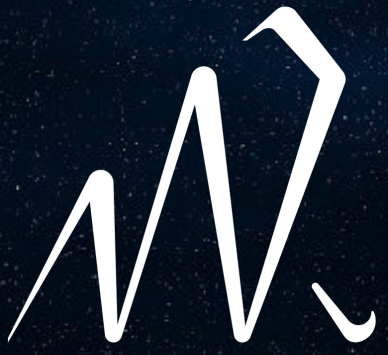
Ils peuvent être directs ou indirects

- Où votre produit/service sera-t-il vendu ? Sur internet ? Dans des magasins physiques, dans des salons professionnels ? Comment vos clients connaîtront-ils votre offre ?
 - Quelles relations existent-ils entre ces canaux ?
 - Quel le canal le plus adapté à chaque segment de clients ?
-

7 - SOURCES DE REVENUS

Identifier

- Chaque offre / package
- Manière de les vendre et les
 - Vente
 - Abonnement
 - Location
 - Licences
 - Commissions / courtage
- Tarifs et flux d'argent correspondant.



L'ARBRE DE VIE ÉCONOMIQUE

Instructions

8 - ACTIVITÉS PRINCIPALES

Que faut-il mettre en place pour que votre modèle économique fonctionne ?

- Quelles sont la ou les activités clé?
 - Rôle de l'entrepreneur et de ses « alliés »
 - Chaîne logistique
 - Développement logiciel
 - Sécurité Informatique
-

9 - RESSOURCES CLÉS

Il est essentiel de clarifier dans son modèle économique les différentes ressources dont vous aurez besoin. Quelles sont les ressources humaines, financières et matérielles nécessaires au lancement de votre projet.

10 - PARTENAIRES CLÉS

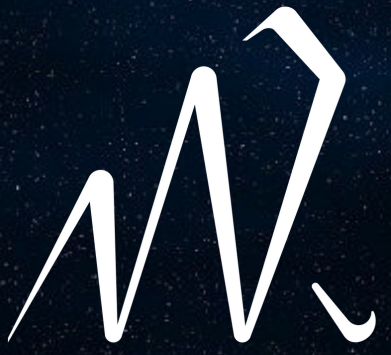
Quels vos alliés, qui vont vous aidez à créer votre valeur ?

- Fournisseurs de matière première
 - Prestataires externes pour promouvoir votre produit/service
 - Pour compléter votre offre de service
 - Intermédiaires de commerce
 - Banquiers
 - Conseillers
 - Représentants des collectivités locales / gouvernementales
-

11 - STRUCTURE DE COÛTS

Le point crucial pour chaque entreprise est le coût. Il est donc primordial de bien maîtriser ses coûts

- Quels sont les coûts nécessaires à la réalisation de proposition de valeur,
- à l'entretien des relations clients
- la génération de revenus ?
- Coûts fixes, coûts variables, économie d'échelle, ...
- Coûts prioritaires



L'ARBRE DE VIE ÉCONOMIQUE

Instructions

12 - ENVIRONNEMENT

Écosystème en interaction avec l'Entreprise / l'Entrepreneur

- Opportunité
 - Besoin de marché identifié mais non couvert
 - Environnement réglementaire positif
 - Couverture médiatique
 - Menaces
 - Concurrence directe / Indirecte
 - Environnement réglementaire négatif
 - Couverture médiatique négative
-

13 - IMPACT DE L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE SUR L'ENTREPRENEUR

- Impacts positifs
 - Sentiment de réalisation / reconnaissance
 - Alignement
 - Source suffisante d'argent
- Impacts négatifs
 - Stress
 - Fatigue chronique
 - Insuffisance financière récurrente