

## 2.1 Modèles d'affaire basés sur les prestations forestières

Les modèles d'affaire décrivent les principes de base selon lesquels une organisation crée, transmet et capte des valeurs (Osterwalder et al., 2011), ils décrivent donc le « qui-quoi-comment-valeur ». Dans le modèle d'affaire, la promesse à la clientèle, la chaîne de création de valeur et le mécanisme de rendement sont liés entre eux. Les modèles d'affaire basés sur les prestations forestières décrivent donc les principes de base selon lesquels une organisation produit des valeurs à partir et avec la forêt, c'est-à-dire sur la base des prestations forestières. Les neuf éléments décrits ci-dessous permettent de décrire les modèles d'affaire basés sur les prestations forestières.

### Promesse à la clientèle (->cf. 3.5)

L'élément central est la promesse à la clientèle ; elle décrit l'offre de valeur qui crée de la valeur pour un segment de clientèle donné.

<input type="checkbox"/>	Quelle est la valeur que nous transmettons à notre clientèle ? Quels problèmes de notre clientèle résolvons-nous ?
--------------------------	--

Question directrice sur la promesse à la clientèle (voir encadré au milieu au centre).

### Clientèle clé (-> cf. 3.4)

L'élément « clientèle clés » caractérise le segment de clientèle pour lequel la proposition de valeur doit être fournie.

<input type="checkbox"/>	Quelle est notre clientèle clé pour laquelle l'offre de valeur est destinée ?
--------------------------	---

Question directrice sur la clientèle clé (voir encadré en haut au centre).

### Ressources forestières (-> cf. 3.6)

L'élément de base « ressources forestières » décrit les qualités de la forêt nécessaires à la production de la valeur proposée.

<input type="checkbox"/>	Quelles qualités de forêt sont nécessaires pour garantir l'offre de valeur ?
--------------------------	--

Question directrice sur les ressources forestières (voir encadré en bas au centre).

### Relations à la clientèle (->cf. 3.7)

L'élément décrit notre relation avec la clientèle clé.

<input type="checkbox"/>	Welche Art von Beziehung bestehen mit unseren Kund:innen? Welche Art von Beziehung erwarten unsere Kund:innen?
--------------------------	--

Question directrice sur les relations avec la clientèle (cf. encadré en haut à droite).

### Canaux (-> cf. 3.8)

L'élément décrit les canaux par lesquels nous atteignons notre clientèle et sommes en contact avec elle.

<input type="checkbox"/>	Quel est le type de relation que nous entretenons avec notre clientèle ? Quel type de relation notre clientèle attend-elle ?
--------------------------	--

Question directrice sur les ventes et marketing (voir encadré au milieu à droite).

### Mécanisme de rendement (-> cf. 3.9)

L'élément résume les sources de revenus.

<input type="checkbox"/>	Pour quelles valeurs la clientèle est-elle prête à payer ? Pour quoi et comment paie-elle ?
--------------------------	---

Question directrice sur le mécanisme de rendement (cf. encadré en bas à droite).

### Activités clés (-> cf. 3.1)

L'élément décrit ce qu'une organisation doit faire pour que son modèle d'entreprise fonctionne.

<input type="checkbox"/>	Quelles sont nos principales activités qui génèrent notre offre de valeur ?
--------------------------	---

Question directrice sur les activités clés (cf. encadré en haut à gauche).

### Chaîne de création de valeur (-> cf. 3.2)

L'élément décrit le réseau le long de la chaîne de création de valeur qui contribue à la réussite du modèle d'entreprise.

<input type="checkbox"/>	Qui sont nos partenaires clés ? Qui sont nos prestataires clés ? De quelles activités et processus de tiers dépendons-nous ?
--------------------------	--

Question directrice sur la chaîne de création de valeur (cf. encadré au milieu à gauche).

### Coûts & ressources (-> cf. 3.3)

L'élément indique les coûts nécessaires et les ressources engendrés par la production de l'offre de valeur.

<input type="checkbox"/>	Quelles sont les ressources nécessaires ? Quels sont les coûts de production de l'offre de valeur ?
--------------------------	---

Question directrice sur les ressources et les coûts (voir encadré en bas à gauche).

### Sources:

Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2011: Business Model Generation. Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer. Campus, 280 S.

 <b>Activités clés</b>	 <b>Clientèle clé</b>	 <b>Relations à la clientèle</b>
 <b>Chaîne de création de valeur</b>	 <b>Promesse à la clientèle</b>	 <b>Canaux</b>
 <b>Coûts &amp; ressources</b>	 <b>Ressources forestières</b>	 <b>Mécanisme de rendement</b>

Modèle pour la description de modèles d'affaire basés sur les prestations forestières (D'après: Osterwalder & Pigneur, 2011).