

**GNG2501 - Intro à la gestion et au développement de produits pour  
ingénierie**

**Livrable de projet F - Modèles d'affaires**

**Rapport de projet - Affiche de réadaptation accessible**

Soumis par:

GROUPE FA1.1

Ouissal El Hasnaoui, 300121561

Aya Tizant, 300121560

Noémie Tchétchénigbo, 300128266

Simon Beaulne, 300109218

Le jeudi 22 octobre 2020

Université d'Ottawa

## **Table des matières**

<b>Introduction</b>	<b>2</b>
<b>Identification et description du modèle d'affaire le plus convenable à notre produit</b>	<b>3</b>
<b>Tableau du modèle d'affaire</b>	<b>3</b>
<b>Les hypothèses de bases et leurs justifications</b>	<b>3</b>
<b>Faisabilité</b>	<b>6</b>
<b>Conclusion</b>	<b>7</b>

## **Introduction**

Dans le cadre du cours de l'introduction à la gestion et au développement de produits pour ingénierie, nous exploitons les différents processus de conception utilisés dans l'industrie actuelle ainsi que les étapes à suivre pour chacun d'entre-eux. En allant plus loin, si l'on voudrait commercialiser un produit conçu rigoureusement, un modèle d'affaire est cruciale. Avant de définir ce dernier, il faut savoir qu'il est très commun qu'un produit complètement satisfaisant pour le client prenne des mois voire années avant qu'il ne puisse être dans le marché. C'est à ce moment-là qu'un modèle d'affaire est très important pour la commercialisation d'un produit. Autrement dit, c'est la différence entre un produit satisfaisant du côté des ingénieurs et un produit satisfaisant dans l'aspect commercial.

Un modèle d'affaire est une description de la manière dont l'entreprise ou organisation crée, livre et capte sa valeur. Cette dernière peut varier selon l'entreprise concernée; valeur économique, sociale, culturelle et bien plus. Pour classer toute cette description, un tableau est utilisé. De plus, il existe plusieurs types de modèles d'affaires.










Dans ce livrable, nous allons suivre la démarche comme si l'on voulait vendre notre affiche de réadaptation de l'AVC aux autres clients potentielles comme des hôpitaux ou établissements de santé qui peuvent en profiter. Tout d'abord, nous allons choisir le type de modèle d'affaire qui est le plus convenable pour la commercialisation du produit. Ensuite, nous allons compléter les sections du tableau du modèle d'affaires que nous allons par la suite justifier avec des hypothèses.

## Identification et description du modèle d'affaire le plus convenable à notre produit

Un type d'affaire qui conviendrait bien à la commercialisation de notre produit est le modèle d'affaires par abonnement car l'affiche de réadaptation offre plusieurs choix d'abonnements. Le paiement mensuel et annuel sont les deux types d'abonnements offerts. Ici, le modèle d'affaire «freemium» ne s'applique pas, car nous n'offrons que des services payants et aucun gratuit. De plus, l'affiche de réadaptation ne requiert pas d'achat d'un outil de façon régulière pour son utilisation, donc le modèle d'affaires «lames à rasoir» n'est pas à considérer.

### Tableau du modèle d'affaire

Tableau du modèle d'affaires. Quelle est votre entreprise: Affiche de réadaptation accessible

<b>Partenaires clés</b>  Les patients et les membres de leur famille  Les médecins  Le gouvernement (investisseurs)  Techniciens au bureau d'aide informatique (répond aux appels concernant les problèmes du site web/ affiche)	<b>Activités clés</b>  La gestion du site web (garder l'information à jour)  La gestion des demandes du client (ex. apporter des modifications)  Répondre aux appels concernant les problèmes techniques  <b>Ressources clés</b>  Site web  La clientèle dans les hôpitaux (médecins et patient en réadaptation)  Les employés	<b>Proposition de valeur</b>   Les médecins : - l'affiche facilite leur tâche lors de la consultation avec le patient  Les patients : l'affiche... - facilite la compréhension de leur situation - permet de revoir l'information sur sa situation au moment désiré - peut en apprendre davantage sans l'aide d'un professionnel de la santé	<b>Relation avec les clients</b>   Sur appel durant les heures de services, qui sont de 9-16h pendant les jours de la semaine (si il y a des problèmes avec l'affiche/ site web)  <b>Canaux de distribution</b>   La plateforme web  (le lien peut également être partagé par courriel aux hôpitaux)	<b>Segments de la clientèle</b>   Les médecins : - Qui veulent informer des patients atteint d'un AVC  Les patients : - Ayant subi un AVC de n'importe quel type
<b>Structure des coûts</b>   Les améliorations de l'aspect visuel (des schémas, de la mise en page, des animations etc.)  Les services de gestion de la plateforme  Payer les techniciens du bureau d'aide		<b>Sources des revenus</b>   2 modes de paiements offert aux hôpitaux qui veulent avoir un abonnement pour utiliser le produit : annuellement ou mensuellement  Annuellement : coût de 200\$ Mensuellement : coût de 25\$ (maximum de 50 patients par abonnement)		

## Les hypothèses de bases et leurs justifications

Notre tableau de modèle d'affaire qui répond aux questions suivantes : comment, quoi, qui ainsi qu'aux questions concernant la gestion monétaire (combien). Nous présentons ci-dessous une description de la faisabilité de ces hypothèses fournies.

**Partenaires clés:** Premièrement, au niveau des partenaires clés, nous avons comme cibles les patients et leurs membres de famille, les médecins, le gouvernement et les techniciens au bureau d'aide informatique. À ce niveau, ces partenaires ont été choisis pour que notre entreprise fonctionne de manière à ce que les patients et leur famille aient accès à l'affiche. Cet accès sera fournis par le médecin mis en charge de ce patient. Ainsi, le gouvernement, en tant qu'investisseurs, offrira de l'aide financière nécessaire afin de développer l'affiche. Finalement, les techniciens vont être présent pour les problèmes informatiques.

**Ressources clés:** À ce niveau, nous adaptons un site web communiquant les détails de l'affiche de réadaptation. La clientèle dans les hôpitaux sont les médecins et les patients en réadaptation. Les employés font également partie des ressources clés car ils seront en charge du service d'aide. Cela étant dit, la clientèle aura accès au site web de l'affiche de réadaptation et du suivi médical pour la réadaptation de manière personnalisée.

**Activités clés:** Ici, nous décrivons les actions potentielles que notre groupe s'engagera à réaliser afin d'accomplir la proposition de valeur de notre client. Nous ferons ceci tout en gérant l'information sur le site web ainsi qu'en gardant l'information et le contenu de notre affiche à jour. Pour notre produit, nous avons effectué de nombreuses étapes de développement et d'analyse en fonction de la rétroaction de notre client afin d'aboutir à un modèle idéal. Pour conclure, la dernière activité clé consiste à répondre aux appels concernant les problèmes techniques de notre produit.

**Propositions de valeurs :** Dans cette section, nous décrivons une base à travers laquelle nous allons échanger la valeur entre le produit et le client. Notre objectif principal est de faciliter l'utilisation de l'affiche et la rendre plus accessible pour les médecins et les patients. Notre produit va faciliter l'interaction du patient avec son professionnel de santé qui l'accompagne durant la consultation. De plus, l'affiche sera plus compréhensif et visuellement stimulante pour le patient, ce qui va lui permettre d'en apprendre davantage sur sa maladie. L'information clé de l'affiche sera toujours accessible pour le patient une fois sorti de l'hôpital.

**Relation avec les clients:** En tenant compte que les clients puissent faire face à des problèmes techniques ou d'accessibilité, nous avons conçu une méthode pour établir cette relation avec eux. Cela serait traduit par voie téléphonique, afin que le client puisse poser leurs questions au sujet des inconvenances qu'ils ont trouvées dans l'affiche de réadaptation. Cette voie téléphonique est disponible de 9h à 16h durant les jours de la semaine.

**Canaux de distribution:** Pour notre produit, nous avons seulement un seul canal de distribution; le site web. C'est à travers de ce dernier que nous donnerons accès aux hôpitaux et établissements de réadaptation afin que les utilisateurs, les médecins et les patients, puissent l'utiliser. Le lien du site web pourrait également être envoyé aux hôpitaux au besoin.

**Segments de la clientèle:** La clientèle de l'entreprise est segmentée en deux parties; les médecins et les patients. L'affiche aideront les médecins qui ont pour but d'informer les patients atteints d'AVC afin qu'il puisse s'adapter à leur ajustement. De plus, notre produit poussera les patients d'avoir le désir de s'informer sur leur maladie de façon personnelle ainsi que les précautions qu'ils devraient suivre.

**Structure des coûts :** Afin de maintenir un produit à jour qui répond bien aux besoins des utilisateurs, nous devons avoir un budget pour apporter des modifications au site web ou pour payer les employés. Des exemples de modifications sont les améliorations des aspects visuels comme : les schémas, la mise en page et les animations. De plus, il doit y avoir un service de gestion de la plateforme afin de changer de l'information dans l'affiche au besoin. Finalement, les techniciens du bureau d'aide vont devoir être payé afin d'offrir de l'aide aux utilisateurs.

**Sources des revenus :** Cette section décrit les modes de paiements disponibles pour les hôpitaux qui vont vouloir utiliser notre produit. D'abord, les hôpitaux vont avoir le choix de payer par mois ou par année. Le prix d'un abonnement annuel sera de 200\$, tandis que le prix d'un abonnement mensuel sera de 25\$. Un abonnement peut être utilisé pour un total de 50 patients. Si l'hôpital a plus de 50 patients, ils vont devoir se procurer un deuxième abonnement pour avoir un total de 100 patients et ainsi de suite. L'option la plus économique pour les hôpitaux est le mode de paiement annuel. Pour conclure, l'argent obtenu des hôpitaux va être la source de revenu primaire de notre compagnie.

## **Faisabilité**

Après avoir développé chaque aspect du tableau du modèle d'affaires, nous avons pu déterminer la faisabilité de chacun d'entre eux. Nous sommes venus à la conclusion que si nous devions mettre notre produit sur le marché, il serait très faisable d'appliquer tout ce qui est énoncé dans le tableau. Étant donné que les prix ont été estimés, des ajustements seront probablement nécessaires. Le prix final de notre produit va dépendre de la courbe d'élasticité du prix. Nous allons devoir trouver le point d'équilibre entre les deux courbes afin d'optimiser nos profits.

Pour conclure, rien de ce qui est décrit dans le tableau du modèle d'affaires est farfelu, tout est atteignable. Comme toute compagnie, nous allons devoir mettre de l'effort pour réussir à vendre notre produit, mais cela est réalisable puisqu'il y a une demande pour ce que nous avons à offrir. Comme le docteur Hillel Finestone nous a souvent mentionné, les hôpitaux ont besoin de nouvelles technologies pour aider les patients à mieux comprendre leur situation.

## **Conclusion**

Dans ce livrable, nous étions incité à développer un modèle d'affaire afin de livrer notre projet qui est l'affiche de réadaptation accessible. À cet égard, nous avons choisi le modèle d'affaires par abonnement qui est la meilleure option pour notre produit.

De plus, nous avons créé le tableau de modèle d'affaires qui illustre les réponses aux questions comment, quoi, qui et combien de notre produit.

Ainsi, après avoir déterminé les parties majeures en suivant les normes du tableau, nous avons étudié la faisabilité de chaque élément en discutant des hypothèses fournies dans le tableau de modèle d'affaire. En d'autres mots, le modèle d'affaire pour cette affiche est très réalisable pour plusieurs raisons. Premièrement, au niveau du coût, on aura peu de dépense vu que notre affiche est basée sur un concept virtuel et puisqu'aucun matériel concret n'est nécessaire pour nous en tant que concepteurs. Les seuls coûts seront par rapport aux employés et à la gestion du site web.

Pour terminer, ce livrable nous a permis de créer un modèle d'affaire de notre produit et cela est très efficace pour visualiser la manière dont la commercialisation d'un produit pourrait être faite.