

Livrable de projet F: Modèle d'affaires

Soumis par:

FA3, groupe 4

Moïse Batotele, 300124326

Jean-Marie Kabulekedi Kapiamba, 300109647

Haitam Nezhari, 300092858

Lyazid Sikouk, 300117380

22 octobre 2020

Université d'Ottawa

Table des matières

Table des matières	1
1 Introduction	2
2 Modèle d'affaires.....	3
3 Tableau du modèle d'affaires.....	4
4 Hypothèses et faisabilité.....	5-6
6 Conclusion.....	6
7 Références.....	7

Introduction

Afin de commercialiser leurs produits, les entreprises doivent tout d'abord développer un modèle d'affaires. Ce dernier permet de décrire la façon dont l'organisation livre et capte la valeur de sa marchandise. Suite à l'achèvement de notre prototype final, notre entreprise se prépare dorénavant à vendre notre produit. Dans ce livrable, nous allons identifier un modèle d'affaires potentiel qui conviendrait bien à la commercialisation de notre conception et développer un tableau du modèle d'affaires.

Modèle d'affaires

Une réflexion approfondie nous a permis de déterminer que le modèle d'affaires qui conviendrait le mieux à la commercialisation de notre produit est le modèle d'affaires par publicité. En effet, il s'agit de l'un des modèles économiques les plus populaires sur internet ainsi que dans les médias.

Notre équipe a choisi d'utiliser de ce modèle en raison de nombreux avantages qui l'accompagne. D'une part, la publicité permet de générer des revenus de façon automatique, ce qui rend l'administration de l'argent beaucoup plus facile. De plus, grâce à ce modèle, nous pouvons proposer un produit ou un service gratuitement. C'est notamment l'une des raisons pour laquelle Facebook et Google réussissent à proposer un service gratuit, malgré le fait que ce dernier coûte extrêmement cher. Ensuite, ce modèle d'affaires offre plusieurs modes de rémunérations tels que le CPM (coût pour mille), le CPC (coût par clic) ou encore le CPA (coût par action). Nous pouvons ainsi analysé les différents modes de rémunérations et choisir celui qui convient le mieux pour notre entreprise. Finalement, la publicité en ligne peut être présenté sur plusieurs formes telles que les bannières publicitaires, les « pop-up » ou encore les publicités interactives. Nous disposons ainsi divers façon de commercialiser notre dispositif.

Tableau du modèle d'affaires

Partenaires Clés - Hôpitaux - Usines - Les association humanitaire - Les services medicaux - Les services d'intervention - agent manufacturier	Activités Clés -Développement de produits -Marketing et publicité -Production de contrôleurs -cycle de production industrielle	Proposition de valeur -Un système adaptatif interprétant la respiration de chaque patient(e) et proposant une compression personnalisée.	Relation avec les clients -Rétroaction de la clientèle pour développer un meilleur produit. -Support par biais du site web, téléphone ou courriel.	Segments de la clientèle -Professionnel s de la santé à la quête d'un système pouvant fournir une compression personnalisée.
	Ressources clés -SiteWeb	-Accessible à tout âge et tout sexe	Canaux de distribution -Internet -Livraison	-Fourni des données en temps réel.
Structure des coûts Fixe: -Coûts de main d'oeuvre (salaire) -Matériaux -Recherche et développement (amélioration du produit) Variable: -Matériel pour le contrôleur		Sources de revenus -Ventes -Publicités télévisés -Contrat de maintenance		
Coûts sociaux/environnementaux -Nécessite des composantes électroniques à base métallique tel que l'arduino uno		Avantages sociaux/environnementaux -Assure le succès de la ressuscitation cardio-respiratoire dans les milieu médicaux		

Hypothèses

Entreprise à faible coût de fabrication

En tant qu'entreprise en démarrage avec des ressources et partenaires limités, avoir un contrôle sur notre fabrication ainsi que nos demandes est primordial. Nous voulons à tout prix éviter une fabrication qui excède la demande. Par conséquent, en réduisant notre coût de fabrication nous permettra de diriger nos efforts vers l'amélioration de notre produit et notre compagnie.

Petite clientèle

Le produit développé par notre entreprise vise un public nécessitant une forme de réanimation cardio-respiratoire (soit causé par l'hyperventilation ou l'hypoventilation). Notre clientèle est également exclusive au patient étant atteint du COVID-19. En effet, puisque ce virus s'y prend à la respiration, notre produit sert comme outil d'apaisement de malaise chez les patients dans le milieu médicaux. Ainsi il est important de considérer la portée du client lorsque nous faisons la sélection de notre modèle d'affaires. Un modèle d'affaire par publicité représenterait donc le modèle le plus pertinent puisqu'il nous aidera à atteindre notre clientèle limitée

Faible capital initial

Les compagnies en démarrage n'ont habituellement pas beaucoup d'actifs ni de revenu leur permettant d'avoir un capital significatif. Donc, une présence publicitaire est une excellente stratégie afin d'atteindre un large public. Ce dernier est une approche efficace puisqu'il fournit à la compagnie une certaine crédibilité et attire des partenaires potentiels.

Clientèle favorisant une expérience personnalisée

La satisfaction de nos clients est notre priorité puisque sans celle-ci, notre compagnie ne sera pas en mesure d'atteindre une portée plus large. Un modèle d'affaire par publicité en implémentant des témoignages des clients satisfaits renforcerait la légitimité de l'entreprise.

Conclusion

En conclusion, ce livrable nous a permis d'identifier un modèle d'affaires potentiel qui conviendrait bien à la commercialisation de notre produit final et développer un tableau du modèle d'affaires. Nous avons répondu aux questions comment, quoi et qui reliées à notre modèle d'affaires par publicité et les hypothèses de bases ont été décrites et analysées. Nous sommes convaincus que notre modèle d'affaires, bien que simple, nous permettra de faire croître notre organisation en un temps record.

Références

<https://www.my-business-plan.fr/modele-publicite>

<https://www.infopresse.com/article/2017/3/21/publicite-et-entrepreneuriat-un-nouveau-modele-d-affaires>