

FORMATION

BUSINESS MODEL ET UNIVERS DE LA CRÉATION

Le business model (ou modèle économique) est le concept qui permet à une entreprise de gagner de l'argent. Il se distingue du business plan (prévisionnel opérationnel) et permet de vérifier par quels moyens une offre peut rencontrer son public.

OBJECTIF

- Acquérir et affiner son sens critique dans la pratique du business model
- Apprendre à envisager son modèle économique sous un nouveau jour, voir émerger les opportunités
- Comprendre les interactions et enjeux entre les différents éléments du business model
- Répondre aux questions pratiques : l'offre est-elle en adéquation avec la clientèle ? Quelles sont vos ressources ? Sur quels partenaires pouvez-vous compter ? Quels éléments peuvent-ils être ajustés pour la viabilité économique ?

PROGRAMME

1. Le business model en action

Les composantes du business model
Comprendre les interactions entre ces composantes
Etudes de cas de grandes et petites organisations

2. Valeur ajoutée de l'offre

Questionner les a priori
Affiner la cohérence produit/client
Détection et extraire les opportunités, les impasses

3. Mise en perspective

Vérification et validation des hypothèses de travail
Tests et mises en place de processus itératifs :
détection des hypothèses fondamentales et
secondaires
Mise en perspective à court, moyen et long terme

FORMATEUR

Yan-Erik Decorde,
Business coach

DURÉE

2 jours,
soit 14 heures

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Une formation qui alterne contenus théoriques (20%) et mises en application concrètes (80%)

TÉMOIGNAGE

“Ton acuité pour mettre des mots sur notre activité clé alors que nous tournions autour... Notre perception de justesse et de clarté à ce moment-là, moment déclencheur de la validation de notre business model et qui a permis d'identifier notre prochaine action importante. Le bouclage entre notre proposition de valeur et le gain pour le client nous a permis de voir en quoi nous répondions à son attente (et en quoi nous manquions d'audace et de confiance en nous pour l'affirmer et l'assumer)... Cela va changer notre manière d'aborder nos clients et ça, c'est du concret. Merci !”

Véronique C.
Editrice