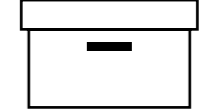


# Ébauche de l'offre Canvas



<b>L'OFFRE EN UNE PHRASE :</b>		Créée pour :	Créée par :	
<b>INTERFACES</b> Où l'offre est-elle en contact avec d'autres produits, services et organisations ? Faut-il créer des interfaces ? L'offre le permet-elle ?	<b>FONCTIONS CLÉS</b> Quelles sont les fonctions clés de votre offre ? Que doit-elle absolument inclure ? Quelles missions doit-elle remplir ?	<b>PROPOSITION DE VALEUR</b> Quel est le principal avantage de votre offre pour l'utilisateur ? Quels sont ses avantages supplémentaires ?	<b>CONSTRUCTION DE L'IMAGE DE MARQUE/ LIEN ÉMOTIONNEL</b> Qu'est-ce qui peut créer un lien émotionnel entre l'utilisateur et l'offre ? Comment l'offre doit-elle être perçue par le client ? Comment l'offre va-t-elle attirer le client ? - Stratégie de fidélisation de la clientèle, perception, intérêt, emballage	<b>TYPES DE CLIENTS</b> Listez les clients cibles et les groupes d'utilisateurs. Pour qui l'offre crée-t-elle de la valeur ? Qui sont vos clients les plus importants ?
	<b>RESSOURCES CLÉS</b> Quelles sont les composantes clés de votre offre ? Quelles sont celles qui dépendent de ressources/partenaires critiques ? - Équipement électronique, machines, logiciels, fournisseurs, site web, locaux, personnel, contrats	<b>DIFFÉRENCIATION</b> Qu'est-ce qui démarque principalement le produit de ceux des concurrents ? Quel est l'avantage qui rend votre offre unique (USP, Unique Selling Proposition) ?	<b>COMMUNICATION DE L'OFFRE AUX CLIENTS</b> Comment vos clients/utilisateurs entrent-ils en contact avec votre offre ? Comment travaillent-ils avec ? Comment utilise-t-on le produit/service ?	
<b>STRUCTURE TARIFAIRE DE L'OFFRE</b> Quelles sont les charges variables et fixes ? Qu'est-ce qui coûte le plus cher ? Quels sont les coûts faciles/difficiles à estimer ?		<b>PRIX DE L'OFFRE</b> Quelle doit être votre marge sur l'offre ? Combien les clients sont-ils prêts à payer pour votre offre ? Dans quelle mesure les clients sont-ils sensibles au prix ?		