

Mûr.e pour entreprendre

Faire place aux idées des retraité.e.s
et à leur engagement à réinventer le vieillissement.

Échafauder un projet

Le projet prend forme quand vous fermez les yeux? Prêt.e à faire votre pitch plus largement qu'à votre belle-sœur? Remplir un gabarit de projet est une excellente manière d'en ficeler tous les aspects ensemble.

Sortez votre crayon, et surtout votre efface, pour arriver à une proposition complète. Ce sera un outil de choix pour démarrer la conversation avec de potentiels partenaires.

À cette étape-ci, on peut dire que vous avez fait vos devoirs! Il est temps de commencer à articuler les différents engrenages de votre entreprise sociale. Ici vous est proposé le canevas de modèle d'affaires social de l'association Social Business Models. En plus de cette version adaptée pour Mûr.e, leur site reste disponible pour approfondir le sujet.



Pour qui ?

Vos client.e.s direct.e.s, votre public cible

Vos client.e.s indirect.e.s, les bénéficiaires

Leurs besoins

Comment ?

Vos canaux de distribution

Vos relations avec les clients

Vos canaux de communication

Quoi ?

Produit.s
(biens matériels ou immatériels)

Service.s
(action.s que vous faites pour vos client.e.s)

Vos sources de revenus
(Vente directe, abonnement, location, subvention, socio-financement, etc.)

Pourquoi ?

Vos valeurs

Échafauder
un projet

4.1

Avec quoi (et qui)?

Vos activités
(ce qu'il faut faire
pour y arriver)

Vos ressources humaines

Vos infrastructures
(locaux, équipements, moyens de
transport, communications, etc.)

Vos ressources pour la
production (matières premières,
énergie, services externes, etc.)

Vos dépenses
(ce que votre
organisation devra
déboursier pour fonctionner)

Avec qui ?

Vos partenaire.s

Vos allié.e.s
(vos prescripteurs, vos meilleurs
fournisseurs, vos bailleurs de
fonds, etc.)

Quelques étapes pour créer votre modèle d'affaires ou de projet

Pour remplir votre
canevas, nous vous
suggérons le parcours
suivant :

Pourquoi ?

Commencez par définir
vos intentions, les valeurs
et les principes que vous
défendrez.

Pour qui ?

Identifiez les besoins et
les clientèles concernées
(au moins une clientèle
pour chaque besoin et
vice-versa).

Quoi ?

Définissez vos produits ou
services et vos sources de
revenus.

Comment ?

Nommez les moyens
que vous utiliserez
pour faire connaître
votre organisation,
communiquer votre offre
et acheminer vos produits
et services à vos clients.

Avec quoi ?

Faites la liste des activités
et ressources nécessaires
pour communiquer et
livrer la « marchandise ».

Estimez vos coûts, ce que
vous devrez déboursier
pour réaliser vos activités.

Avec qui ?

Finalement, imaginez le
réseau idéal pour vous
soutenir dans l'aventure...

Vérifiez la clarté et la cohérence de votre canevas

Une personne qui ne connaît pas votre projet peut-elle le comprendre à la seule lecture de votre canevas ? C'est l'objectif !

Pour vous en assurer, voici quelques questions que vous pouvez vous poser :

Vos valeurs

- Les 3 à 5 valeurs que vous avez choisies transparaissent-elles dans votre projet ?
- Sont-elles cohérentes avec les autres blocs de votre canevas ?

Les besoins à combler

- Identifiez-vous chaque besoin par un verbe ?
- Évitez-vous de suggérer votre solution en énumérant les besoins ?
- Évitez-vous de suggérer la possession de quelque chose en énumérant les besoins ?

Vos client.e.s direct.e.s et indirect.e.s

- Avez-vous identifié au moins un.e client.e direct.e ou indirect.e pour chaque besoin ?
- Avez-vous identifié au moins un besoin pour chaque client.e ?
- Pouvez-vous identifier des personnes qui bénéficient indirectement de vos produits ou services ?

Vos produits et services

- Offrez-vous des biens matériels (nourriture, livre, équipement, etc.) ou immatériels (logiciel, jeu en ligne, musique, etc.) ?
- Pouvez-vous décrire vos services sous forme d'action (cours de cuisine, entretien ménager, etc.) que vous offrez à vos client.e.s ?
- Chaque produit/service répond-il à au moins un besoin ?
- Votre offre de produit.s/service.s répond-elle à chaque besoin identifié ?

Vos sources de revenus

- Avez-vous mentionné vos plus grandes sources de revenus ? Elles devraient idéalement représenter entre 70% et 80% de vos entrées d'argent.
- Avez-vous exploré différentes formes de financement (vente, abonnement, location, forfait, etc.) ?

Vos canaux de communication

- Les moyens ciblés (téléphone, Internet, presse, réseaux sociaux, etc.) vous permettent-ils de communiquer à la fois avec vos client.e.s direct.e.s ET indirect.e.s ?
- En utilisant ces canaux, pouvez-vous communiquer les valeurs, l'image de votre organisation ET promouvoir ou vendre vos produits/services ?
- Vos client.e.s peuvent-ils.elles entrer en contact avec vous en utilisant ces canaux de communication ?

Vos relations avec les client.e.s

- Êtes-vous en contact direct avec vos client.e.s ?
- Offrez-vous un service personnalisé ?
- Êtes-vous plutôt en mode « libre service » ?
- Votre relation est-elle plutôt basée sur une approche conseil ?

Vos canaux de distribution

- Comment vos produits/services parviennent-ils à vos client.e.s et bénéficiaires (magasin, poste, courriel, distributeur, organisme, service à domicile, etc.) ?
- Si votre modèle inclut un retour de marchandise (consigne, produit défectueux, etc.), quel est le moyen utilisé ?

Vos activités

- Quelles sont les tâches à exécuter au sein de votre organisation pour que le projet fonctionne (produire vos produits ou services, les communiquer, les livrer, etc.) ?
- Les activités énumérées représentent-elles au moins 80% du travail ?
- Les activités de prospections et de promotion sont-elles incluses ?
- Avez-vous distingué les activités liées à la préparation de celles liées à l'exécution (ex.: aller chez les client.e.s VS faire l'entretien ménager, préparer la formation VS l'animer) ?

Êtes-vous assez concis.e ?

Essayez d'utiliser un maximum de 1 à 3 mots pour chaque idée.

Vos ressources

- Quelles sont les personnes qui exécuteront les activités au sein de votre organisation ? Il est important de bien les identifier puisque leur salaire représentera une bonne partie de vos frais fixes.
- Votre organisation fera-t-elle appel à des services externes (entreprise de nettoyage, gestionnaire de communautés, etc.) ?
- Quels sont vos besoins en terme d'infrastructures ? Ils représenteront une bonne partie de vos coûts d'investissement (équipements, outils, mobilier, matériel informatique, locaux, etc.)
- Avez-vous identifié les ressources nécessaires à la production (matières premières, emballage, matériel promotionnel, transport, etc.) ?

Vos partenaires et allié.e.s

- Avec qui pourriez-vous collaborer pour mieux répondre aux besoins de vos client.e.s ?
- Vos organisations respectives sont-elles complémentaires ?
- Permettent-elles de faciliter l'accès à un service en créant un réseau ?
- Connaissez-vous des organisations alliées qui pourraient diffuser votre offre, vous mettre en valeur dans leur réseau (auprès de clients potentiels) sans attendre une contribution financière de votre part ?

4.5

Vos dépenses

- Sans tenir compte des coûts d'investissement initiaux, avez-vous identifié les éléments (postes budgétaires) qui représentent 80% de vos coûts (ex.: salaires, loyer, déplacements, matières premières, services de différents prestataires, etc.) ?

Pour aller plus loin...

Notre source d'inspiration pour ce canevas de modèle d'affaires provient de l'association Social Business Models.
<https://mysbm.socialbusinessmodels.ch/canevas/>

Mûr.e pour entreprendre
murepourentreprendre.org

PRÉSAGES

une initiative de la
Fondation
BERTHIAUME-DU TREMBLAY

Mirella & Lino
Saputo
FONDATION
FOUNDATION