

# Modélisation entrepreneuriale

## Utilisation des canevas

Bienvenue dans l'utilisation des canevas de la modélisation entrepreneuriale !

Vous en avez probablement déjà rempli deux ou trois, que ce soit sur un tableau blanc, une feuille de flip-chart ou encore un formulaire en papier. Si vous êtes allés un peu plus loin, vous avez peut-être déjà utilisé une application web dans laquelle vous pouvez trouver un ou deux canevas à remplir, au milieu de centaines d'autres.

Ici, vous disposez de plus de 50 canevas, avec un fonctionnement identique, partagent le même référentiel et ont la même identité verbale,, même dans les aides.

Dans cette version, vous avez déjà une baguette magique, mais dans la prochaine l'IA vérifiera la cohérence des données que vous aurez enregistrées, bien entendu en respectant leur confidentialité.

## L'onglet de la « Modélisation » - Les canevas

The screenshot displays the 'Modélisation' interface with several callouts:

- Recherche de canevas:** A search bar at the top right of the main content area.
- Titre et description:** A callout pointing to the title and introductory text of a cost structure template.
- Blocs du canevas:** A central callout pointing to the grid of template blocks.
- Pour les coachs:** A callout pointing to a specific template block.
- Liens de navigation entre les canevas:** A callout pointing to the navigation links at the bottom left.
- Barre d'outils:** A callout pointing to the toolbar at the bottom right.

Un canevas, c'est simple, c'est simplement un ensemble de quelques blocs (en moyenne autour de 9), en relation entre eux sur une thématique, et dans lesquels on peut répondre à un titre, un sujet ou une question. Un canevas vous oblige à prendre de la hauteur et de vous détacher, dans l'instant, des « petits détails ». Cet onglet « Modélisation » est celui où se fait l'édition de tous les canevas de l'application.

Il permet aussi de naviguer vers les autres canevas, avec une vision plus hiérarchique dans les cinq domaines : identitaire, logique, stratégique financier et des actifs immatériels. Il offre aussi la possibilité de rechercher et atteindre un canevas spécifique par son nom.

Pour les consultants ou des analystes de holdings, il est aussi possible de travailler avec plusieurs organisation à modéliser et de changer facilement.

## Navigation entre les domaines et les canevas et les canevas

The screenshot shows a software interface with a navigation menu at the top: 'Baguette magique', 'Modélisation' (selected), 'Suivi', and 'Test IA'. Below the menu, there's a search bar and a 'Changer d'organisation' link. The main content area is a grid of canvases. Two callout boxes highlight navigation features:

- Autres canevas:** A callout box on the left points to the 'Latéralement:' section at the bottom left, which lists related canvases: 'Modèle de revenus', 'Rentabilité', 'Investissements & financements opérationnels', 'Investissements & financements immatériels', and 'Capitaux matériels & immatériels'.
- Retour et autres domaines:** A callout box on the right points to the 'Retour vers:' section at the bottom right, which lists: 'Combien ? Le domaine financier'.

En général en dessous des blocs du canevas, ces deux espaces permettent :

1. Sur la gauche, de naviguer dans le même domaine, soit latéralement, soit en profondeur ;
2. Sur la droite, de « remonter » dans la hiérarchie (retour) et aussi pour changer de domaine.

## L'édition et l'impression des blocs

The diagram shows a central block with the following components:

- Titre du bloc:** Coûts d'acquisition client et marketing
- Question, sujet de réflexion:** Combien dépensez-vous pour faire connaître votre offre et acquérir de nouveaux clients?
- Zone d'édition de la réponse:** Cliquez ici pour ajouter du contenu...
- Aide / explications à propos du bloc:** Represented by a question mark icon in the top right corner of the block.

Below the block is a toolbar with the following options:

- Colorer:** Five colored circles (red, yellow, green, blue, black) and an 'X' icon.
- Formater:** Icons for bold (G), italic (/), underline (S), and bullet points (•).
- Imprimer:** A printer icon and two buttons labeled 'Blocs' and 'Liste'.
- Effacer le formatage du bloc:** A double-headed arrow icon below the toolbar.

Les blocs éditables des canevas, en plus de leur titre, qui définit le sujet de la réflexion, posent clairement une question à l'utilisateur-trice, l'incitant à réfléchir dans la bonne direction, comme le ferait un coach.

Chaque bloc d'un canevas est aussi muni d'un bouton (?) d'accès à une fenêtre en popup avec une explication structurée sur le bloc.

En bas de la page figure une barre d'outils pour :

1. Colorier des bouts de texte sélectionnés en 5 couleurs différentes, ou effacer tout le formatage du bloc ;
2. Formater des bouts de texte sélectionnés en gras, italique ou souligné, ou créer des listes à puces ;
3. Sauver tous les blocs, en cas d'interruption momentanée de connexion internet (la sauvegarde de chaque bloc est automatique) ;
4. Imprimer le canevas en deux formats.

## Aide / explication à propos des blocs

The screenshot displays a software interface with a help modal open. The modal title is 'Informations - Coûts d'acquisition client et marketing'. It contains the following text:

**Description**  
Acquérir un client a un coût, souvent sous-estimé. Ces dépenses couvrent tout ce que vous investissez pour faire connaître votre offre et convaincre de nouveaux clients d'acheter : publicité, événements, outils, temps commercial. Elles ne génèrent pas de revenus directs et immédiats, mais sans elles, votre pipeline de ventes s'assèche. Les maîtriser vous permet de comparer ce que vous dépensez pour conquérir un client avec ce qu'il vous rapporte réellement sur la durée.

**Instruction:**  
Recensez tous les postes liés à votre visibilité et à votre développement commercial. Estimez le coût total mensuel ou annuel, puis calculez votre coût d'acquisition par nouveau client obtenu.

**Exemples:**

- Budget publicitaire en ligne (moteurs de recherche, réseaux sociaux)
- Participation à des salons, foires ou événements professionnels
- Outils d'envoi d'emails et de gestion de la relation client
- Temps consacré à la prospection et aux démonstrations
- Production de contenus (articles, vidéos, brochures)

**Conseil:**  
Rapprochez toujours le coût d'acquisition d'un client de la valeur qu'il génère sur toute la durée de la relation. Un coût élevé peut être justifié si le client reste longtemps et commande régulièrement.

On the left side of the image, four red callout boxes with white text point to the corresponding sections in the modal: 'Description', 'Instructions', 'Exemples', and 'Conseil'.

Tous les blocs (éditables) des canevas sont accompagnés d'une aide structurée de manière cohérente en :

1. Une courte description ;
2. Une instruction complémentaire à la question posée par le bloc ;
3. Quelques exemples ;
4. Un conseil, dans le but de de « titiller » la réflexion de l'utilisateur-trice.

## Recherche d'un canevas par son titre

The image shows a search interface with a search bar and a dropdown list. A red callout box labeled 'Expression recherchée' points to the search bar containing the text 'axe'. Another red callout box labeled 'Liste des canevas trouvés' points to the dropdown list. The dropdown list contains the following items:

- Axes stratégiques de gouvernance
- Axes stratégiques économiques
- Axes stratégiques pour la biodiversité
- Axes stratégiques pour la société
- Axes stratégiques pour l'environnement
- Axes stratégiques prioritaires
- Axes stratégiques: Roue de l'innovation

La zone de recherche se situe dans la barre bleue, juste en-dessus du canevas. Il suffit d'écrire une portion de texte comprise dans le titre du canevas, pour avoir en-dessous la liste des canevas contenant ce texte dans leur titre.

Un clic sur le canevas choisi suffit pour l'ouvrir dans la fenêtre.

## Changement d'organisation accompagnée (pour les coaches seulement)

The screenshot shows a user interface for changing an organization. At the top right, there is a light blue button labeled "Changer d'organisation". A red callout box labeled "Lien de changement" points to this button. Below the button is a white modal window titled "Choisir une organisation". Inside the modal, there is a search bar with the placeholder text "Rechercher une organisation ou un type d'accès...". Below the search bar is a list of six organizations, each with a radio button and its name followed by the access level in parentheses. A red callout box labeled "Liste des organisations accompagnées par le-la coach" points to this list.

**Lien de changement**

**Changer d'organisation**

**Choisir une organisation**  
Vous êtes lié à plusieurs organisations. Sélectionnez celle sur laquelle vous souhaitez travailler pour cette session.

Rechercher une organisation ou un type d'accès...

- Co-Align Me (By Claude)** — Accès : Editeur
- D'Clic Terroirs** — Accès : Coach
- Démonstration (Demo)** — Accès : Editeur
- Green Circle (Jean-Luc)** — Accès : Coach
- My-SBM (Claude)** — Accès : Administrateur
- Urbi-Orbi (Fabien Nguyen)** — Accès : Coach

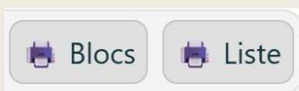
**Liste des organisations accompagnées par le-la coach**

Dans certains cas, des consultants ou des analystes de holdings, peuvent être amenés à devoir travailler pour plusieurs organisations, qui auront chacune leur propre espace de modélisation.

Le lien « Changer d'organisation » ouvre une fenêtre en mode « pop-up » qui permet de passer d'une organisation à une autre dans la liste des organisations auxquels ils sont liés. Un clic sur une des organisations de la liste est suffisant pour le changement.

Nota Bene : En conséquence de ce mécanisme, une organisation peut être vue par plusieurs personnes.

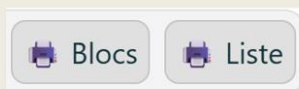
## Impression du canevas sous la forme de blocs



Pourquoi ? Le domaine identitaire	
<p><i>Le domaine identitaire constitue l'ADN organisationnel qui définit l'identité profonde et authentique de l'organisation à travers ses quatre composantes fondamentales. Il articule de manière cohérente et intégrée les valeurs qui guident les comportements, la raison d'être qui donne du sens, la mission qui traduit l'action concrète et la vision qui projette l'ambition future. Ce domaine identitaire sert de boussole stratégique et culturelle, garantissant l'alignement et la cohérence de toutes les décisions organisationnelles. Il constitue le socle de l'authenticité et de la différenciation de l'organisation, facilitant l'adhésion des parties prenantes internes et externes.</i></p>	
<p><b>Valeurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Coopération</b> : Construire des collaborations grâce aux rencontres et aux interactions.</li> <li>• <b>Transparence</b> : Communiquer avec clarté et honnêteté.</li> <li>• <b>Fiabilité</b> : Promesse d'un solide lien de confiance.</li> <li>• <b>Agilité</b> : Être souple et créatif pour une parfaite réactivité.</li> <li>• <b>Bien-être social</b> : Valoriser l'accomplissement de chacun-e avec bienveillance.</li> <li>• <b>Écologie &amp; Durabilité</b> : Proposer une économie engagée et respectueuse pour l'avenir.</li> </ul>	<p><b>Raison d'être</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Créer des liens dans les chaînes de production et de consommation régionales afin de réduire l'impact écologique de l'alimentation sur l'environnement.</li> <li>• <b>Ambition ultime</b> : recréer les synergies des terroirs</li> </ul>
<p><b>Pourquoi ?</b></p>	
<p><b>Mission</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faciliter l'accessibilité des produits locaux aux cuisines professionnelles et privées de la région afin de préserver la santé de toutes et tous.</li> </ul>	<p><b>Vision du futur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dans 10 ans, D/CLIC terroirs aura contribué à ce que les circuits courts dans l'alimentation deviennent la norme plutôt qu'une exception en Suisse.</li> </ul>

Les deux derniers boutons de la barre d'outils, en bas de la page, permettent d'ouvrir une nouvelle page, sur un nouvel onglet du navigateur, avec une représentation du canevas, avec ses données, soit sous la forme d'un tableau imprimable ou copiable...

## Impression du canevas sous la forme d'une liste



### Impression du canevas: Pourquoi ? Le domaine identitaire

#### 1 - Valeurs

- **Coopération** : Construire des collaborations grâce aux rencontres et aux interactions.
- **Transparence** : Communiquer avec clarté et honnêteté.
- **Fiabilité** : Promesse d'un solide lien de confiance.
- **Agilité** : Être souple et créatif pour une parfaite réactivité.
- **Bien-être social** : Valoriser l'accomplissement de chacun-e avec bienveillance.
- **Écologie & Durabilité** : Proposer une économie engagée et respectueuse pour l'avenir.

#### 2 - Raison d'être

- Créer des liens dans les chaînes de production et de consommation régionales afin de réduire l'impact écologique de l'alimentation sur l'environnement.
- **Ambition ultime** : recréer les synergies des terroirs

#### 6 - Mission

- Faciliter l'accessibilité des produits locaux aux cuisines professionnelles et privées de la région afin de préserver la santé de toutes et tous.

#### 7 - Vision du futur

- Dans 10 ans, D/CLIC terroirs aura contribué à ce que les circuits courts dans l'alimentation deviennent la norme plutôt qu'une exception en Suisse.

Soit sous la forme d'une liste simple du contenu des blocs éditables. Avec les données de l'utilisateur-trice.