

Ébauche de l'offre Canvas



L'OFFRE EN UNE PHRASE : Une coupe personnalisée		Créée pour : Coiffure Melindo	Créée par : Petra Melindo
INTERFACES Où l'offre est-elle en contact avec d'autres produits, services et organisations ? Faut-il créer des interfaces ? L'offre le permet-elle ? <ul style="list-style-type: none"> Salon au centre de la localité entre la boulangerie et le commerce du village, grand parking Maison de retraite dans le village 	FONCTIONS CLÉS Quelles sont les fonctions clés de votre offre ? Que doit-elle absolument inclure ? Quelles missions doit-elle remplir ? <ul style="list-style-type: none"> Shampooing et coupe Rasage Colorisation Épilation des sourcils Saisie et gestion des données clients Vente de produits de soins 	PROPOSITION DE VALEUR Quel est le principal avantage de votre offre pour l'utilisateur ? Quels sont ses avantages supplémentaires ? <ul style="list-style-type: none"> Coiffure Melindo coupe les cheveux pour que ses clients se sentent bien. Coiffure Melindo tient compte de la personnalité de ses clients. 	CONSTRUCTION DE L'IMAGE DE MARQUE/ LIEN ÉMOTIONNEL 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 <ul style="list-style-type: none"> Prise en charge très personnalisée des clients Mobilier familial de valeur (ameublement du salon)
	RESSOURCES CLÉS 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 <ul style="list-style-type: none"> Personnel aimant le contact Système de saisie et de gestion des données clients 	DIFFÉRENCIATION 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) ? <ul style="list-style-type: none"> Coiffure Melindo connaît ses clients et leur histoire 	COMMUNICATION DE L'OFFRE AUX CLIENTS Comment vos clients/utilisateurs entrent-ils en contact avec votre offre ? Comment travaillent-ils avec ? Comment utilise-t-on le produit/service ? <ul style="list-style-type: none"> Bouche à oreille Visite hebdomadaire à la maison de retraite (ancrée dans la structure du home) Annonces/publicité dans le journal du village Prise de rendez-vous par SMS, téléphone et en personne
STRUCTURE TARIFAIRE DE L'OFFRE Quelles sont les charges variables et fixes ? Qu'est-ce qui coûte le plus cher ? Quels sont les coûts faciles/difficiles à estimer ? <ul style="list-style-type: none"> Salaires du personnel Loyer et frais d'énergie du salon de coiffure Voiture pour le transfert à la maison de retraite Café/boissons pour les clients Consommables tels que shampooing, ciseaux 		PRIX DE L'OFFRE 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 ? <ul style="list-style-type: none"> Les prix dépendent du travail effectué, du sexe et de la longueur des cheveux Ils sont basés sur les prix pratiqués dans les environs avec un supplément de 5 à 10% justifié par la prise en charge très personnalisée. 	