

PROBLÈME

Ce qu'il manque sur le territoire

Ce qui existe sur le territoire

Votre avantage concurrentiel

PROJET

Activités principales

Activités secondaires

CIBLES

Cibles principales

Cibles secondaires

Early adopter : votre client idéal

ADAPTABILITÉ

SE RÉINTERROGER RÉGULIÈREMENT SUR
L'ADAPTABILITÉ DU PROJET

PARTENAIRES CLÉS

Identifiés à partir des parties prenantes

Identifiés parmi les commerçants du territoire

RESSOURCES CLÉS

CANAUX DE DISTRIBUTION

TRANSITION ÉCOLOGIQUE

NUMÉRIQUE

Objectifs

Raisons

SOLIDARITÉ

Actions sociales à mettre en place sur le territoire

MARKETING & COMMUNICATION

Se faire connaître

Communication et fidélisation

REVENUS

Modèle économique principal

Modèle économique secondaire

COÛTS & INVESTISSEMENTS

Investissements de lancement

Coûts annuels ou mensuels

PROBLÈME

Ce qu'il manque sur le territoire

Ce qui existe sur le territoire

Votre avantage concurrentiel

PROJET

Activités principales

Activités secondaires

CIBLES

Cibles principales

Cibles secondaires

Early adopter : votre client idéal

SE RÉINTERROGER RÉGULIÈREMENT SUR L'ADAPTABILITÉ DU PROJET

PARTENAIRES CLÉS

Identifiés à partir des parties prenantes

Identifiés parmi les commerçants du territoire

RESSOURCES CLÉS

CANAUX DE DISTRIBUTION

TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Actions écoresponsables

NUMÉRIQUE

Insertion du numérique

SOLIDARITÉ

Actions sociales à mettre en place sur le territoire

MARKETING & COMMUNICATION

Se faire connaître

Communication et fidélisation

REVENUS

Modèle économique principal

Modèle économique secondaire

COÛTS & INVESTISSEMENTS

Investissements de lancement

Coûts annuels ou mensuels

PROBLÈME

Ce qu'il manque sur le territoire

Ce qui existe sur le territoire

Votre avantage concurrentiel

PROJET

Activités principales

Activités secondaires

CIBLES

Cibles principales

Cibles secondaires

Early adopter : votre client idéal

SE RÉINTERROGER RÉGULIÈREMENT SUR L'ADAPTABILITÉ DU PROJET

PARTENAIRES CLÉS

Identifiés à partir des parties prenantes

Identifiés parmi les commerçants du territoire

RESSOURCES CLÉS

CANAUX DE DISTRIBUTION

TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Actions écoresponsables

NUMÉRIQUE

Insertion du numérique

SOLIDARITÉ

Actions sociales à mettre en place sur le territoire

MARKETING & COMMUNICATION

Se faire connaître

Communication et fidélisation

REVENUS

Modèle économique principal

Modèle économique secondaire

COÛTS & INVESTISSEMENTS

Investissements de lancement

Coûts annuels ou mensuels