

B comme ... Business Model

Bien que la notion de Business Model soit fondamentale pour une entreprise en création ou en recherche d'évolution, elle est trop souvent négligée et remplacée par celle de Business Plan. Au point que lorsqu'un chef d'entreprise va voir une banque pour trouver des financements pour un projet, on ne lui parlera jamais de Business Model, mais uniquement de Business Plan ...

Le Business Model qu'est ce que c'est ?

Le Business Model est en fait la façon dont l'entreprise compte gagner de l'argent. En d'autres termes, si le Business Plan est le plan à 3 ou 5 ans qui donne les perspectives d'évolution de l'entreprise dans son milieu, le Business Model définit ce qui va (et doit) être mis en œuvre pour réaliser le Business Plan.

Il existe un très grand nombre de Business Model classiques. Parmi les plus courants, on peut citer :

- le Business Model Freemium, où un certain nombre de fonctionnalités de base sont gratuites tandis qu'il faut payer pour pouvoir utiliser celles proposées en mode premium
- le Business Model de l'abonnement, où le client va payer chaque mois un abonnement pour obtenir des produits ou des prestations
- le Business Model de l'enchère, où le client fixe le prix mais faisant face à d'autres clients, ce prix est susceptible de monter
- le Business Model de financement par la publicité, où comme son nom l'indique le service est gratuit pour le client, mais l'entreprise est rémunérée par les annonceurs qui escomptent beaucoup de clients potentiels du fait du grand nombre de visiteurs
- etc.

Cas pratique

Avant de lancer votre entreprise, vous devez absolument savoir quel Business Model utiliser (ou inventer). En effet, le Business Model étant ce qui définit la façon dont votre entreprise va générer ses revenus, il est fondamental de ne pas se tromper.

Alors, si votre entreprise propose des logiciels, vous pourrez par exemple choisir le mode Freemium (quelques fonctionnalités de base offertes et un mode premium plus complet payant). C'est le mode choisi par Dropbox ou Evernote.

Si vous optez pour des services à la personne ou que vous proposez des produits ayant une certaine récurrence, vous pourrez choisir le mode de l'abonnement. Cela vous garantira des revenus réguliers et vous pourrez disposer des fonds avant de livrer, ce qui généralement bon pour la trésorerie de l'entreprise. C'est typiquement le modèle choisi pour les boxes de toutes sortes (par exemple box beauté où on reçoit chaque mois des échantillons, etc).

Si vous voulez vendre des produits achetés en gros au détail, vous choisirez plutôt le Business Model de la transaction. C'est le modèle utilisé par Groupon ou Ventes Privées.

Si vous proposez des services en ligne et que vous pensez que cela va attirer beaucoup de monde, vous pouvez envisager le Business Model de financement par la publicité. En fait, vous gèrerez une régie publicitaire qui louera des espaces publicitaires à des annonceurs, mais cela ne sera possible que si vous avez de grands volumes car les annonceurs ne seront prêts à payer que s'ils sont « assurés » d'avoir un grand nombre de visiteurs. C'est le modèle choisi par les chaînes de télévision ou les radios privées.

Vous pouvez enfin mixer plusieurs Business Models pour augmenter vos chances de générer des revenus.

Alors, comment trouver le bon Business Model ?

Vous devez travailler en plusieurs étapes.

Premièrement, trouvez un Business Model qui semble vous convenir et qui va générer des revenus sur le papier.

ABECEDAIRE PRATIQUE DE L'ENTREPRENEUR

Deuxièmement, posez les hypothèses qui sont nécessaires pour que ce Business Model fonctionne : coût d'acquisition des clients, moyens à mettre en œuvre pour réaliser le produit, partenaires devant intervenir dans le process de réalisation du produit, etc.. A ce titre, le Business Model Canvas d'Alexander Osterwalder est un très bon outil !

Troisièmement, une fois ceci fait, validez vos hypothèses en allant voir les gens qui sont vos clients potentiels : sont-ils prêts à suivre votre Business Model ?

Quatrièmement, s'ils sont prêts à vous suivre, lancez-vous. En revanche, si les retours sont peu favorables, retournez à la première étape. En effet, il ne sert à rien d'insister car si vous n'avez pas de clients prêts à vous suivre, vous n'irez pas loin. D'ailleurs, lorsque vous interrogez les gens sur votre Business Model, profitez-en pour leur demander ce qu'ils aimeraient ! Cela augmentera vos chances de trouver un Business Model qui fonctionne ...