

The Business Model Canvas

Designed for:

The Great Transition

Designed by:

Kali'Team

Date:

15 novembre 2018

Version:

1

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> - Les services de médecine préventive des universités françaises. Toutes les écoles ont un budget dédié à cette problématique - Les associations de grandes écoles et les administrations souhaitant sensibiliser à la question - Les participants communiquent sur leur expérience ce qui permettra d'augmenter l'attractivité - Les mutuelles étudiantes (SMEREP/LMDE) - Le tissu associatif autour de l'anxiété - Les personnes que nous avons rencontrées avec une expertise sur l'escape game 	<p>Escape Game visant à sensibiliser sur la question de l'anxiété.</p> <p>Organisé dans une salle prêtée par Sciences Po. Vise à renforcer la cohésion au sein de l'école et limiter l'isolement social.</p> <p>L'évènement est un "one-shot" (se produit une fois) et est gratuit.</p>	<p>Nous voulons créer le premier Escape Game social de sensibilisation à l'anxiété auprès des étudiants.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Innovant = Personne n'a fait ça auparavant, Sciences Po deviendrait la première université à lancer un programme aussi ambitieux sur la problématique souvent ignorée de l'anxiété. - Pratique = L'aspect nomade de notre escape game (on se déplace partout) apporte un plus non négligeable. Les écoles et les universités ont seulement besoin de libérer une ou plusieurs salles. Les étudiants n'ont pas besoin de se déplacer pour participer à l'escape game et peuvent s'adapter en fonction de leur emploi du temps. Enfin, cela permet de ne pas avoir besoin d'un local et donc de ne pas avoir de payer un loyer tous les mois. - Tendance = L'escape game est un jeu très tendance en France depuis plusieurs années, il ne cesse de se développer et attire de nouveaux joueurs. 	<ul style="list-style-type: none"> - Communication institutionnelle - Réseaux sociaux: promotion & feedback - Présence sur des forums dans des panels - Feedbacks recueillis après l'Escape Game 	<p>A court-terme:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consommateur: Sciences Po (possibilité de proposer le jeu à d'autres établissements plus tard) - Bénéficiaires: étudiants de Sciences Po + professeurs + membres de l'administration <p>A long-terme:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consommateurs: 1) Universités & Grandes Ecoles 2) Entreprises - Bénéficiaires: Etudiants des institutions précédemment citées
	<p>Key Resources</p> <p><i>Ressources matérielles</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Salle(s) pour réaliser l'escape game et accueillir les étudiants avant et après la réalisation du jeu -Ensemble d'objets et d'installation permettant la construction d'un décor qui puisse être facilement transportable <p><i>Ressources financières</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -pour l'investissement de départ, possibilités de lancer un crowdfunding, appel aux donations ou love money <p><i>Ressources humaines</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Besoin d'un certain nombres de bénévoles (co-fondateurs ou volontaires) pour l'installation du décor 		<p>Channels</p> <p>Promotion du projet : Réseau sociaux, communication institutionnelle, présence sur les campus (stand), interventions à des forums (panels) spécialisés de l'enseignement supérieur.</p> <p>Vente des tickets : création d'un évènement sur Facebook et partage de l'évènement sur les différents groupes de promotion de Sciences Po</p>	
<p>Cost Structure</p> <p>Investments : par crowd founding ou association avec une structure existente.</p> <p>Operating cost : Rémunération des personnes s'occupant des clients et de la surveillance du jeu. Employé au SMIC (base 35 heures): 1588,47€. + Mutuelle d'entreprise (50%): ~8,33€ + Frais de transport (50%): 37,6€ Total: 1,634 € par employé/mois</p> <p>Frais fixe :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Camera avec micro*4 à 168,78€ l'unité environ (Cdiscount) pour surveiller le jeu. - Frais de décors installable pour environ 500 € (carton, boîte, LED, guirlande) - Cadenas 16 €*10 <p>Total : 1340 ~ 1500</p> <p>Frais variable : -Frais de transport, dépend du lieu. 20€ par jour + frais d'essence. Pas d'économie d'échelle.</p>		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etablissements scolaires nous mandatant pour organiser l'Escape Game - One shot sales, avec l'objectif d'établir des partenariats durable pour mettre en place un modèle d'abonnement à nos services. L'établissement nous mandate pour des interventions régulières ce qui permettrait d'assurer la stabilité des flux de trésorerie - Possibilité de s'ouvrir à d'autres établissements que Sciences Po (écoles de commerces, entreprises, Universités...) pour générer plus de revenus -Notre modèle offre différents modèle de tarifications. Une session d'un peu moins d'une heure coûte 80 euros pour un groupe de 5 à 10 personnes. Pour une journée, c'est-à-dire 8 sessions, nous demandons 500euros. Ces prix demeurent négociables, mais sont inférieurs à la moyenne de marché en raison de notre démarche sociale. 		
<p>Social and environmental costs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coûts environnementaux quasiment nuls, hormis les coûts de transports (utilisation de décors réutilisables, location de véhicules électriques) - Pas de coûts sociaux 		<p>Social and environmental benefits</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sensibiliser les étudiants à la problématique de l'anxiété. - Nous pensons qu'en sensibilisant les étudiants à la problématique de l'anxiété, cela permettra aux étudiants souffrant de troubles de l'anxiété d'être mieux compris et mieux pris en chareg. Notre but indirect est donc d'augmenter le bien-être au sein de la population étudiante. 		