

Elément IAP – Programme ARTES

Etude de Faisabilité - Proposition d'action industrielle

Libellé de l'action :

ITT ESA N°

Proposition non sollicitée\Open Call

A retourner au CNES à DIA/SA : jacques.beas-garcia@cnes.fr

Date :

Nom et adresse de l'industriel :

Descriptif de la société :

- Date de création
- Nb employés
- Chiffre d'affaire (Année N, N-1, N-2)

Coordonnées du correspondant industriel :

Nom et Prénom :

Numéro de téléphone :

Numéro de fax :

Adresse E-mail :

Prime du consortium et liste des partenaires (français et européens) :

1 – Eléments de contexte :

- Description de l'étude de faisabilité et de ses objectifs
- Etat de l'art et intérêt du proposant sur le sujet
- Le marché, la concurrence (en mentionnant la concurrence nationale ou européenne)
- Description de l'innovation proposée dans le cadre de cette proposition (Technique, Economique, Services, ...)
- Les risques existants dans la conduite et l'aboutissement de cette étude de faisabilité.
 - Technique :
 - Economique :
 - Autres :
- Activités industrielles antérieures sur le domaine d'intérêt.
- Les financements déjà obtenus dans le cadre d'actions proches auprès du CNES, de l'ESA, de la Commission Européenne.

5 – Business Model Canvas

Business Model Canvas

| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| Partenaires clés Qui sont vos partenaires clés ? Qui sont vos fournisseurs clés ? Quelles sont les ressources clés que vos partenaires proposent ? Quelles sont les ressources dans lesquelles vos partenaires excellent ? <ul style="list-style-type: none">• Écrivez ici | Activités clés Quelles sont les activités clés nécessaires pour produire l'offre ? (logistique, marketing, production...) Quel lien avec les canaux de distribution ? Quel lien avec la relation client ? Quel coût, et pour quelles sources de revenus ? <ul style="list-style-type: none">• Écrivez ici | Offre (proposition de valeur) Quelle proposition de valeur pour les clients ? Quelles solutions concrètes l'offre apporte-t-elle aux clients ? Quelles solutions l'offre apporte-t-elle à chacun des segments de clientèle ? Quelle réponse l'offre apporte-t-elle aux besoins concrets des clients ? <ul style="list-style-type: none">• Écrivez ici | Relation client Quel type de relation chaque segment de clientèle attend-il de l'entreprise ? Lister les types de relations client. Comment la relation client s'intègre-t-elle au reste du modèle économique ? Quel en est le coût ? <ul style="list-style-type: none">• Écrivez ici | Segments de clientèle Quels sont les segments de clientèle cibles ? Pour qui crée-t-on de la valeur ? <ul style="list-style-type: none">• Écrivez ici |
| | Ressources clés Quelles ressources clés la production de l'offre requiert-elle ? Quelles ressources sont nécessaires en fonction des canaux de distribution choisis, et du type de relation client visé ? <ul style="list-style-type: none">• Écrivez ici | | Canaux de distribution A travers quels canaux de distribution souhaite-t-on atteindre les différents segments de clientèle ? Comment les différents canaux s'intègrent-ils ? Quel est le canal privilégié ? Quels sont les canaux les plus adaptés aux habitudes des clients ? <ul style="list-style-type: none">• Écrivez ici | |