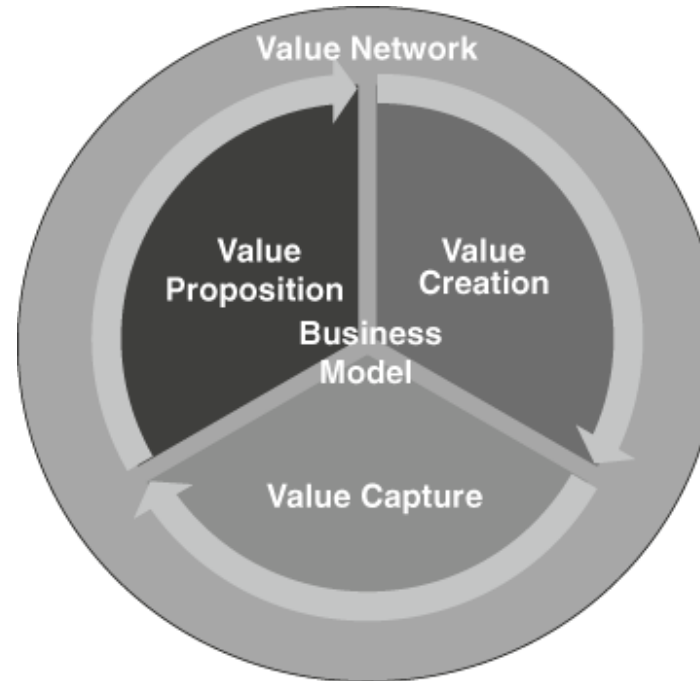


Délivrable GEA Creativ'IUT

Lionel Maltese

Par email lionel.maltese@univ-amu.fr

19 décembre 2025



- ▶ Who are your customers and what do they value?
 - Target customers
 - Solutions
- ▶ How is the value chain configured?
 - Production
 - Inventory
 - Distribution
- ▶ What is the economic logic of making a return?
 - Revenue and cost architecture
 - Financing
- ▶ What is the role in the value network?
 - Partners
 - Complementarities

Roadmap stratégique : création d'activité

- Evaluation
- **Organisation**
- Mise en œuvre



Evaluation

OFFRE:

- Proposition de valeur pour les clients (outputs commerciaux)
- Segmentation marketing : cibles commerciales incluant utilisateur/payeur/prescripteur/canaux de communication

INTERNE :

- Identification ressources & compétences (inputs)
- **Evaluation VRIO (cf stratégie)**

EXTERNE

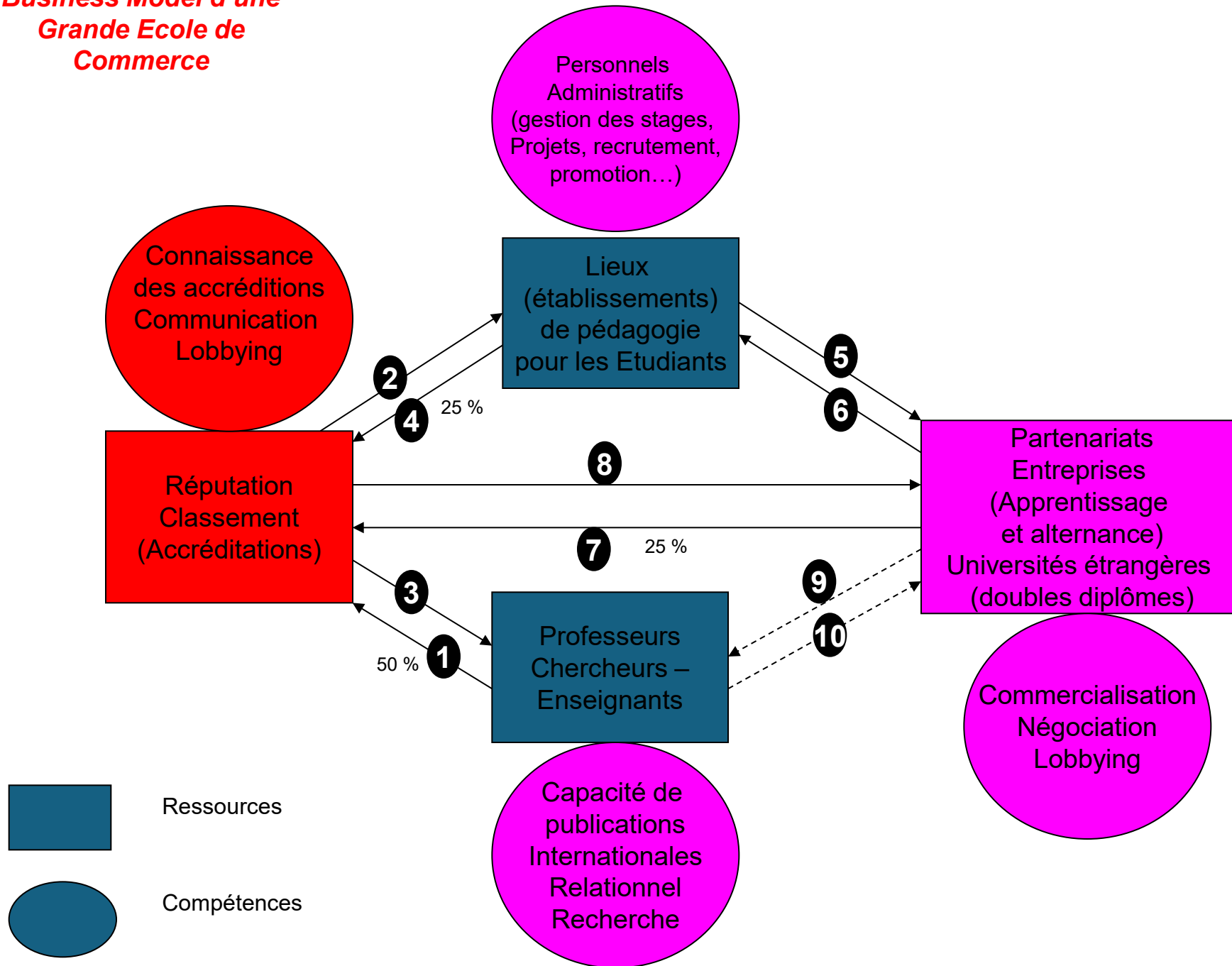
- MACRO ENVIRONNEMENT **PESTEL (cf stratégie)**
- MICRO ENVIRONNEMENT : **5-6 Forces PORTER (cf stratégie)**



Organisation

- Description du Business Model
 - CANVAS
- **BOITE NOIRE :**
 - Configuration (Orchestration) ressources et compétences : agencement des actifs

Business Model d'une Grande Ecole de Commerce





Mise en œuvre

- Budget prévisionnel de lancement de l'activité (Cash In / Cash out)
- Organisation des ressources humaines :
 - Internalisation (salaires)
 - Externalisation (prestations)
- Perspectives commerciales :
 - exploitation – diversification – portefeuille d'activités