

DÉLIVRABLE GEA

Creativ'IUT



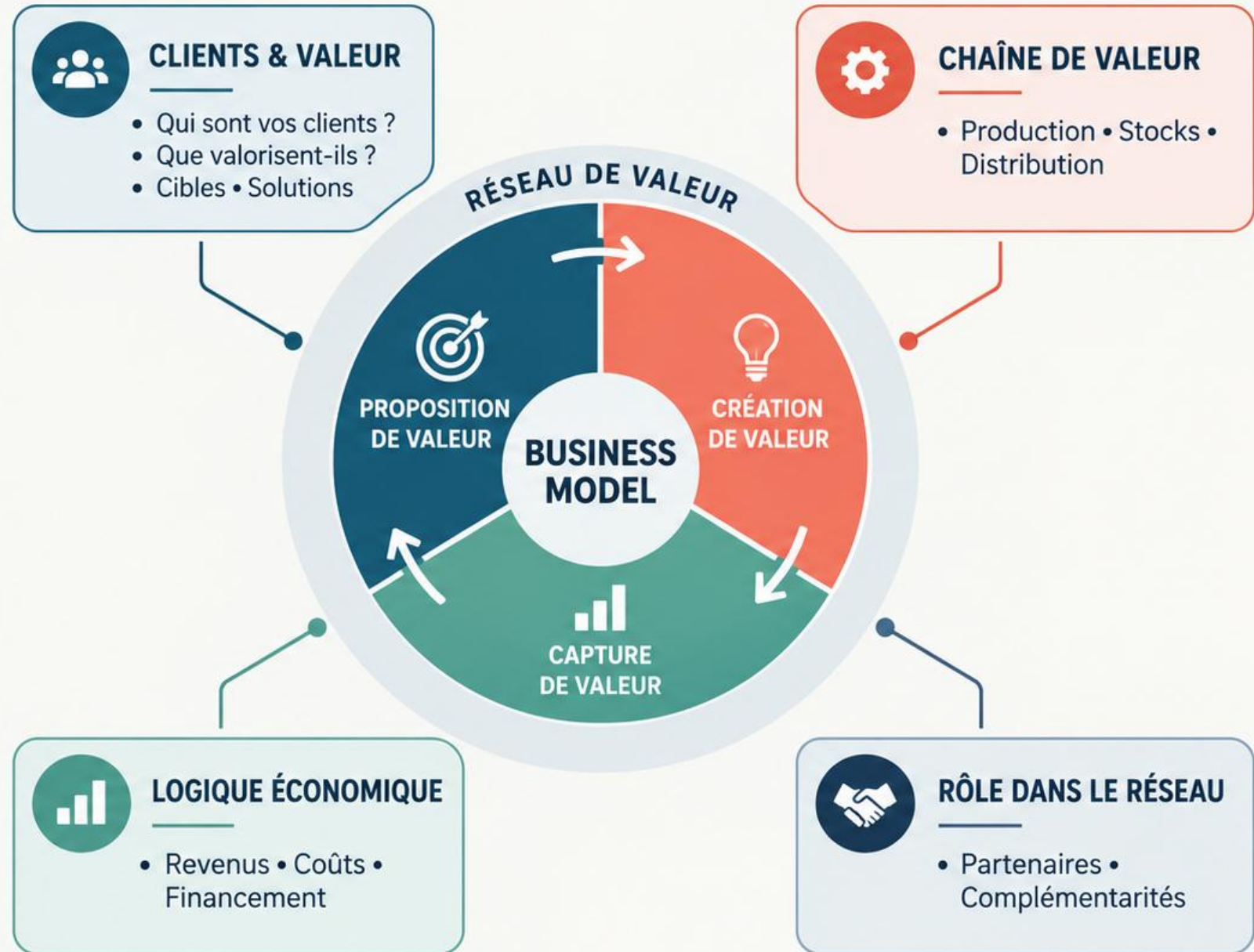
Lionel Maltese

À envoyer par e-mail
lionel.maltese@univ-amu.fr



DATE LIMITE

18 décembre 2026



Création d'activité

01

ÉVALUATION

02

ORGANISATION

ÉTAPE CLÉ

03

MISE EN ŒUVRE

**Structurer les ressources
avant d'agir.**

ÉVALUATION

ANALYSER • COMPRENDRE • DÉCIDER



OFFRE

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



INTERNE

- Identification des
ressources & compétences
(inputs)

VRIO

cf. stratégie



EXTERNE

- MACRO-ENVIRONNEMENT

PESTEL

cf. stratégie

- MICRO-ENVIRONNEMENT

5-6 FORCES DE PORTER

cf. stratégie





ORGANISATION



1. DÉCRIRE LE BUSINESS MODEL

- Business Model Canvas



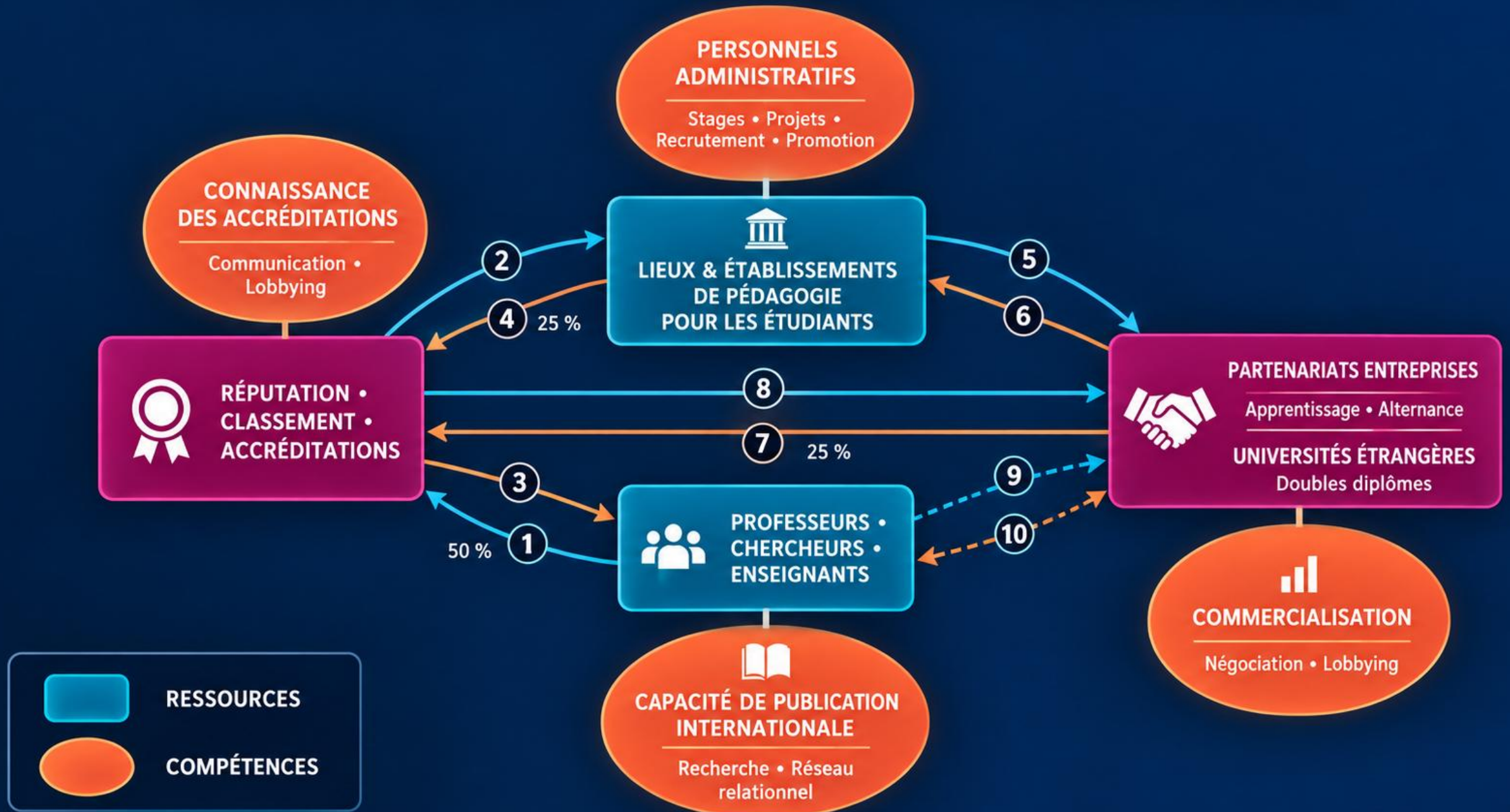
DE LA DESCRIPTION À L'ORCHESTRATION



2. OUVRIR LA « BOÎTE NOIRE »

- Configurer et orchestrer les ressources et les compétences
- Agencer les actifs pour créer de la valeur

BUSINESS MODEL D'UNE GRANDE ÉCOLE DE COMMERCE





CRÉATION D'ACTIVITÉ

Mise en œuvre

Piloter les ressources et préparer la croissance



01

BUDGET DE LANCEMENT

Construire le prévisionnel

Cash in • Cash out



02

RESSOURCES HUMAINES

Choisir le bon mode d'organisation

Internalisation : salariés • Externalisation : prestations



03

PERSPECTIVES COMMERCIALES

Déployer le portefeuille d'activités

Exploitation • Diversification

Du plan à l'action : financer, organiser, développer.