



keyrus
make data matter

Guide pour le *Value Proposition Canvas*

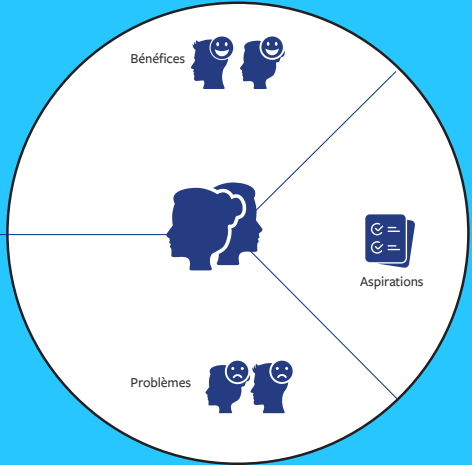
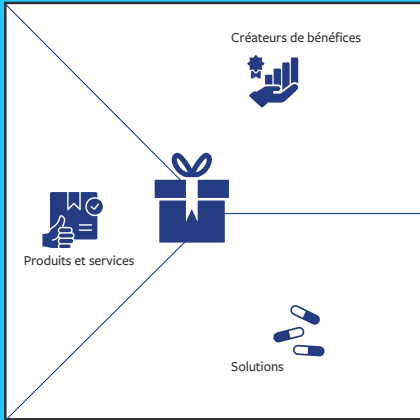
de vos projets Data / IA

www.keyrus.com

The Value Proposition Canvas

Proposition de valeur :

Profil client :



www.keyrus.com

keyrus
make data matter

Copyright © 2022 Keyrus | Version 2022-11

Qu'est-ce que l'outil "Value Proposition Canvas" ?

Le **Value Proposition Canvas** est un outil stratégique conçu pour aider les entreprises à créer des produits et services répondant précisément aux besoins et attentes de leurs clients. Développé par Alexander Osterwalder, il s'agit d'un modèle visuel qui permet d'explorer et de clarifier la relation entre la proposition de valeur d'une entreprise et les attentes de ses segments de clientèle.

Les prérequis pour construire un Proposition Value Canvas efficace

Pour construire un *Value Proposition Canvas* efficace, il est essentiel de réunir certains prérequis qui garantissent une analyse pertinente et une proposition de valeur réellement alignée avec les besoins des clients. Voici les principaux éléments nécessaires :

Une compréhension approfondie de la clientèle cible

Il est indispensable de connaître les segments de clients pour lesquels vous souhaitez concevoir une proposition de valeur :

- **Identification claire des segments** : qui sont les clients ? Quelles sont leurs caractéristiques démographiques, comportementales ou sectorielles ?
- **Connaissance des besoins** : quels sont leurs principaux objectifs, frustrations et attentes ?
- **Empathie utilisateur** : mener des recherches qualitatives (interviews, focus groups) et quantitatives (enquêtes, données CRM) pour bien comprendre leurs motivations.

Des données et insights de qualité

Une bonne proposition de valeur repose sur des informations fiables :

- **Données client** : historique des interactions, comportements d'achat, feedback utilisateur.
- **Analyse de marché** : comprendre les tendances sectorielles, les évolutions technologiques ou réglementaires.
- **Analyse concurrentielle** : identifier les solutions alternatives disponibles sur le marché, leurs forces et faiblesses.

Une équipe pluridisciplinaire

Impliquer différents départements pour avoir une vision complète des besoins et des solutions :

- **Marketing/ventes** : pour comprendre les attentes des clients et leurs objections.
- **Développement produit** : pour s'assurer que la proposition est techniquement faisable.
- **Support client** : pour identifier les problèmes récurrents et les opportunités d'amélioration.
- **Direction** : pour valider l'alignement avec la stratégie globale de l'entreprise.

Une définition claire des objectifs

Avant de commencer, il est indispensable de définir ce que vous voulez accomplir avec ce canvas :

- **Clarifier le problème à résoudre** : quel problème spécifique du client l'offre doit-elle traiter ?
- **Déterminer les bénéfices attendus** : quels gains ou avantages souhaitez-vous offrir ?
- **Priorisation** : quels éléments sont essentiels pour maximiser la valeur perçue par le client ?

Structure du Value Proposition Canvas

Le modèle est divisé en deux parties principales :

1. Profil du client

Côté droit, il détaille les aspects spécifiques liés aux clients :

- **Jobs (aspirations, ou tâches à accomplir)** : ce que le client cherche à accomplir, ses besoins fonctionnels, sociaux ou émotionnels.
- **Pains (problèmes, ou irritants)** : les obstacles, frustrations ou risques rencontrés par le client lorsqu'il tente d'accomplir ses tâches.
- **Gains (bénéfices)** : les résultats souhaités, les avantages espérés, ou les attentes du client.

2. Carte de la proposition de valeur

Côté gauche, elle décrit comment l'offre de l'entreprise répond aux besoins des clients :

- **Products & services (produits et services)** : les éléments spécifiques proposés pour répondre aux besoins du client.
- **Pain Relievers (solutions)** : les façons dont l'offre atténue les problèmes ou frustrations du client.
- **Gain Creators (créateurs de bénéfices)** : Les moyens par lesquels l'offre améliore l'expérience ou génère des avantages supplémentaires pour le client.

Objectif

Le principal objectif du Value Proposition Canvas est d'assurer un «fit» (alignement) entre :

- Les attentes du client (Customer Profile).
- La proposition de valeur (Value Map).

Avantages de l'outil

- **Clarté** : il permet de structurer et d'organiser les idées concernant les besoins des clients et les solutions proposées.
- **Ciblage précis** : il aide à identifier des segments spécifiques et leurs besoins uniques.
- **Priorisation** : il facilite la priorisation des efforts de développement et de marketing.
- **Innovation centrée sur le client** : il encourage à penser au-delà des fonctionnalités techniques et à se concentrer sur l'expérience client.

Une bonne compréhension des produits ou services

Il est nécessaire de connaître les spécificités de l'offre afin de les aligner avec les besoins clients :

- **Caractéristiques** : quelles sont les principales fonctionnalités ou services de votre solution ?
- **Avantages** : quels bénéfices spécifiques apporte-t-elle par rapport à la concurrence ?
- **Limites** : identifier les points faibles actuels pour anticiper les objections ou frustrations.

Une approche centrée sur la valeur perçue

La proposition de valeur doit être pensée en termes de bénéfices pour le client et non de caractéristiques techniques. Posez-vous des questions comme :

- Quels problèmes majeurs cette solution résout-elle ?
- Quels bénéfices concrets le client obtiendra-t-il ?
- Comment cette offre améliore-t-elle l'expérience ou la vie du client ?

Une capacité à prioriser et synthétiser

Le *Value Proposition Canvas* est un outil visuel et synthétique. Il est important d'éviter la surcharge d'informations :

- **Prioriser les irritants (pains) et bénéfices (gains)** : se concentrer sur les éléments les plus importants pour le client.
- **Hierarchiser les efforts** : identifier les solutions qui offrent le maximum d'impact avec un minimum d'effort.

Pourquoi cet outil est-il indiqué pour les projets Data/IA ?

Le *Value Proposition Canvas* est particulièrement adapté aux projets Data/IA, car ces initiatives, souvent complexes et techniques, nécessitent une compréhension fine des besoins des clients et des parties prenantes. Voici comment cet outil peut être utilisé dans ce contexte :

Centrer les projets Data/IA sur les besoins des utilisateurs

- **Compréhension des attentes** : les solutions Data/IA visent à résoudre des problèmes métiers spécifiques ou à offrir des opportunités nouvelles (optimisation des processus, prise de décision augmentée, personnalisation, etc.). Le *Customer Profile* permet d'identifier clairement les tâches à accomplir, les irritants et les bénéfices recherchés par les utilisateurs finaux.
- **Alignement sur les enjeux métiers** : l'outil aide à éviter une focalisation excessive sur la technologie au détriment des objectifs métier. Cela garantit que le projet Data/IA répond réellement aux priorités stratégiques.

Identification des irritants (pains) et des bénéfices (gains) spécifiques aux projets Data/IA

Les projets Data/IA posent souvent des défis uniques, que le *Customer Profile* permet de capturer :

Irritants spécifiques (pains) :

- Données de mauvaise qualité ou fragmentées.
- Manque de transparence ou de confiance dans les modèles d'IA.
- Complexité d'intégration dans les workflows existants.
- Peur de l'automatisation ou perte d'emploi.
- Résultats peu explicables ou difficiles à interpréter.

Bénéfices recherchés (gains) :

- Décisions plus rapides et mieux informées.
- Réduction des coûts grâce à l'automatisation.
- Amélioration de l'expérience utilisateur (personnalisation).
- Prévision plus précise des tendances ou anomalies.

L'outil permet de prioriser ces **pains** et **gains**, afin d'ajuster les fonctionnalités Data/IA en conséquence.

Des outils et méthodes complémentaires

Pour enrichir la réflexion et structurer les informations :

- **Cartographie du parcours client** (Customer Journey Map) : identifier les moments clés où la proposition de valeur peut faire la différence.
- **Design Thinking** : encourager une réflexion créative et empathique centrée sur le client.
- **Feedback continu** : utiliser des retours d'expérience pour ajuster et améliorer le Canvas.

Une méthodologie collaborative

Le processus de création du *Value Proposition Canvas* doit être participatif pour intégrer des perspectives variées :

- **Ateliers collaboratifs** : faire participer les équipes internes et, si possible, des clients ou utilisateurs finaux.
- **Outils digitaux** : utiliser des plateformes collaboratives (ex. Miro, MURAL, Figma) pour travailler de manière agile.

Un cadre temporel et stratégique

Le *Value Proposition Canvas* doit être intégré dans une vision stratégique :

- **Contexte temporel** : le Canvas doit refléter les priorités actuelles de l'entreprise et du marché.
- **Lien avec les objectifs stratégiques** : s'assurer que la proposition de valeur est alignée avec les ambitions de l'entreprise.

Traduction des technologies complexes en valeur perçue

Les solutions Data/IA sont souvent abstraites pour les décideurs. Le *Value Proposition Canvas* aide à les traduire en termes de bénéfices concrets :

Pain Relievers (réducteurs d'irritants) :

- Automatisation des tâches répétitives ou fastidieuses.
- Simplification de la gestion des données par des plateformes centralisées.
- Renforcement de la sécurité et de la conformité des données.

Gain Creators (créateurs de bénéfices) :

- Insights exploitables grâce à l'analyse prédictive.
- Optimisation des processus grâce à l'apprentissage automatique.
- Création de nouvelles occasions grâce à la valorisation des données (monétisation, nouveaux services).

Adaptabilité aux parties prenantes multiples

Les projets Data/IA impliquent souvent des interlocuteurs variés, chacun ayant des besoins et attentes spécifiques :

- **Directions métiers (décideurs)** : focus sur les résultats et bénéfices concrets.
- **Utilisateurs opérationnels** : attente de solutions faciles à intégrer et intuitives.
- **DSI/équipes techniques** : recherche de fiabilité, sécurité et évolutivité.

Le *Value Proposition Canvas* permet de segmenter ces parties prenantes et de s'assurer que la proposition de valeur répond à leurs besoins spécifiques.

Réduction des risques de rejet ou d'échec

En identifiant en amont :

- **Les freins** (ex. résistance au changement, complexité de l'adoption).
- **Les attentes spécifiques** (bénéfices tangibles, facilité d'utilisation). Le *Value Proposition Canvas* aide à concevoir des solutions mieux adoptées par les utilisateurs finaux et alignées avec les objectifs organisationnels.



Favoriser une communication claire et convaincante

Dans les projets Data/IA, l'outil facilite :

- **La communication des bénéfices** aux parties prenantes techniques et non techniques.
- **La création de supports marketing ou de vente** orientés sur la valeur apportée et non uniquement sur les fonctionnalités.

Ainsi le *Value Proposition Canvas* est un outil incontournable pour maximiser la valeur des projets Data/IA. En recentrant les solutions sur les besoins métier et utilisateur, il permet de traduire la complexité technique en bénéfices concrets et compréhensibles. En répondant précisément aux irritants et attentes des parties prenantes, il favorise une adoption plus rapide et efficace des solutions proposées. De plus, il optimise la coordination entre des acteurs aux priorités variées, tels que les décideurs, les équipes techniques et les utilisateurs finaux. En intégrant ces dimensions, le *Value Proposition Canvas* garantit ainsi un retour sur investissement clair et durable.

L'exemple de l'optimisation grâce à l'IA des prévisions de la demande dans la grande distribution

Un *Value Proposition Canvas* appliqué à un projet Data/IA dans le secteur de la grande distribution, comme l'optimisation des prévisions de la demande, permet de traduire les besoins et frustrations des clients en une proposition de valeur ciblée et efficace. Ce type de projet vise principalement à aider les entreprises à prévoir avec précision la demande de produits afin d'optimiser les stocks, de réduire les ruptures et les surstocks, et d'améliorer l'efficacité de la chaîne logistique.

Cependant, les entreprises sont souvent confrontées à des irritants majeurs : des données historiques incomplètes ou dispersées, une difficulté à anticiper les variations imprévues (événements climatiques, promotions, etc.) et des pertes financières dues aux invendus ou aux manques à gagner. Par ailleurs, les solutions traditionnelles sont souvent trop génériques, complexes à utiliser et nécessitent une intervention humaine significative.

Pour répondre à ces enjeux, la proposition de valeur repose sur une plateforme d'analyse prédictive utilisant des modèles de machine learning.

Keyrus vous accompagne dans vos projets Data et IA

Chez Keyrus, nous disposons d'une expertise approfondie pour vous accompagner dans l'élaboration de votre canvas et la mise en œuvre de vos projets IA et DATA. Depuis la définition de votre stratégie jusqu'à l'exécution et la maintenance, nous intervenons à chaque étape pour garantir le succès de vos initiatives. Nos services incluent :

- **Stratégie et cadrage** : analyse des besoins, identification des cas d'usage prioritaires et évaluation du ROI potentiel.
- **Conception et prototypage** : création de modèles IA et data sur mesure, validation des hypothèses avec des POCs (Proof of Concepts).
- **Mise en production** : intégration des solutions dans vos systèmes existants avec des standards élevés de qualité et de sécurité.
- **Formation et adoption** : formation des équipes pour garantir une pleine adoption des outils et maximiser leur impact.
- **Maintenance et amélioration continue** : suivi des performances, mises à jour régulières et évolutions pour rester à la pointe.

Avec une approche orientée client et une équipe pluridisciplinaire, Keyrus est votre partenaire stratégique pour transformer vos défis data et IA en opportunités concrètes et pérennes.

Cette solution permet de consolider des données provenant de sources multiples (ERP, CRM, IoT) grâce à des connecteurs spécifiques, offrant ainsi une vue intégrée et robuste.

Les tableaux de bord interactifs permettent aux utilisateurs métier de visualiser facilement les prévisions et de prendre des décisions éclairées.

En automatisant les prévisions, la solution réduit les biais humains et limite les erreurs, tout en intégrant des mécanismes pour s'adapter continuellement grâce à l'apprentissage automatique.

La plateforme génère également des scénarios « what-if » pour simuler les impacts de différents facteurs comme les promotions ou les variations saisonnières. Elle propose des recommandations claires sur les volumes à commander par catégorie de produit, améliorant ainsi la collaboration entre les équipes logistiques, achats et marketing. De plus, des formations et un accompagnement sont proposés pour garantir une adoption fluide par les utilisateurs.

En somme, cette approche répond non seulement aux irritants spécifiques du secteur, mais crée également des bénéfices concrets : réduction des coûts logistiques, satisfaction client améliorée grâce à une disponibilité accrue des produits et optimisation durable des performances grâce à des modèles d'IA évolutifs.

Ce *Value Proposition Canvas* montre comment un projet Data/IA bien conçu peut transformer un défi complexe en un levier stratégique pour les entreprises de la grande distribution.

keyrus

make data matter

Du conseil en management à l'intégration des technologies digitales, Keyrus met depuis 28 ans les données au cœur de chaque transformation pour accompagner ses clients dans l'amélioration continue et durable de leur performance au travers de 5 domaines d'expertise :

- **IA & Automatisation** : accompagner les entreprises et organisations publiques dans l'optimisation de leurs processus, l'augmentation de leur productivité et de leur performance opérationnelle pour leur permettre ainsi de se concentrer sur des activités à forte valeur ajoutée.
- **Expérience digitale** : aider les entreprises à imaginer et à créer des expériences digitales multicanales inspirantes et engageantes pour atteindre leurs objectifs commerciaux.
- **Data & Analytics** : permettre aux organisations de développer et de déployer les capacités nécessaires pour donner du sens et de la valeur aux données.
- **Cloud & Sécurité** : offrir des solutions Cloud robustes, flexibles et sécurisées, garantissant la confidentialité et l'intégrité des données dans un environnement en pleine transformation.
- **Transformation & Innovation** : aider les organisations à accélérer leur transformation métier et digitale et renforcer leur agilité, résilience et compétitivité dans un contexte en perpétuelle évolution.

Avec une présence dans 28 pays et comptant plus de 3 300 experts, Keyrus est l'acteur incontournable et inspirant dans les domaines du conseil en management, de la data, du digital et bien sûr de l'IA en France et à l'international.

Pour en savoir plus : www.keyrus.fr
#HumanizingTheFuture

Jean-Philippe CLAIR
Directeur Marketing, Communication & Expérience client
jean-philippe.clair@keyrus.com