

Matrice d'affaires : The Safe Water Project



<p>Partenaires clés</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ CAWST ■ Africa Biosand Filter Network (ABINET) ■ Aqua Clara ■ Avant Ministries ■ Fondation Kambagiri ■ Leaders locaux ■ Clients d'Enviro-Stewards en Amérique du Nord (crédits d'eau) ■ Donateurs 	<p>Activités clés</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Formation technique aux filtres biosable ■ Formations en vente pour les agents de la santé communautaire ■ Formations entrepreneuriales ■ Contrats d'achat (remises pour développer le marché) ■ Sensibilisation du marché 	<p>Proposition de valeur pour les clients :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Les agents de la santé communautaire certifiés se réunissent avec les familles locales pour les aider à évaluer leurs dépenses dues aux maladies liées à l'eau au cours des deux années précédentes ■ Ce nombre est multiplié par dix et comparé au coût d'achat d'un biofiltre (qui dure de 20 à 25 ans) 	<p>Relations avec les clients</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Éduquer et fournir un excellent service client aux propriétaires qui achètent des biofiltres ■ Éduquer et fournir un excellent service client aux grossistes qui achètent de l'eau en bouteille ■ Les donateurs reçoivent des rapports sur la manière dont les crédits d'eau achetés sont utilisés 	<p>Types de clients</p> <p>Ruraux</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Familles qui gagnent moins de 3 \$ US par jour (éligibles à un prix réduit) ■ Familles qui gagnent plus de 3 \$ US par jour (doivent payer le prix complet) <p>Urbains</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Grossistes ■ Institutions <p>Crédits d'eau</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Participants à la responsabilité sociale des entreprises ■ Membres du réseau Zero water ■ Donateurs individuels
<p>Ressources clés</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Supports de formation ■ jeu de société Safe Water Project ■ Site de fabrication ■ Supports pour la vente et le marketing 		<p>Proposition de valeur pour les clients :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Une population en meilleure santé, ce qui signifie moins de pression sur le système de santé ■ Plus de fonds disponibles pour l'enseignement et d'autres secteurs prioritaires ■ Plus de temps et d'énergie pour des activités productives 	<p>Canaux</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Porte-à-porte par des agents de la santé communautaire ■ Réunions communautaires par des entrepreneurs ■ Marketing social à base communautaire (logo Safe Water sur les maisons) <p>Donateurs</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Présentations et lettres d'informations d'Enviro-Stewards ■ Évènements pour collecter des fonds ■ Susciter une prise de conscience par des conférences ■ TED Talk (conférences en ligne) 	
<p>Structure de coûts</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Coût fixe et coûts variables relatifs au filtre biosable <ul style="list-style-type: none"> ■ Tarification basée sur une analyse du seuil de rentabilité : 15 à 20 filtres vendus par mois ■ Les agents de la santé communautaire reçoivent une commission sur les ventes de 20 % ■ Coût fixe et coûts variables relatifs à l'eau en bouteille <ul style="list-style-type: none"> ■ Tarification basée sur une analyse du seuil de rentabilité ■ Les grossistes se rémunèrent par leur marge entre le prix d'achat en gros et le pris de vente au détail 		<p>Flux de revenus</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Biofiltres achetés (plein tarif et tarif réduit) ■ Crédits d'eau ■ Eau en bouteille achetée (en gros et au détail) ■ Donations pour couvrir le coût des filtres, la formation, ou les coûts de démarrage des entreprises (par exemple, l'investissement en matériel) 		