

INTRODUCTION ET PRÉSENTATION DE L'OUVRAGE

Cet ouvrage est destiné aux entrepreneurs et aux responsables d'offres et du développement des ventes, aux informaticiens ainsi qu'aux étudiants. Pour les premiers, il aide à définir un cadre méthodologique pour l'entreprise pilotée par l'activité commerciale (« *business driven enterprise*»). Aux informaticiens, il apporte des solutions adéquates aux besoins « business » de leur direction et les aide à entrevoir le type de système d'information apte à soutenir leur business model. Enfin aux étudiants, il offre une description complète de la notion de business model et des activités s'y référant.

À travers les huit chapitres de ce livre, les auteurs décrivent les divers types de business models et systèmes d'information qui leur sont adaptés (en s'appuyant sur le cas concret d'une entreprise qui doit faire) évoluer et enrichir son business model. Les exemples montrent comment l'adoption d'un système d'information agile aide au management d'un business model ouvert. Voici un résumé du contenu des chapitres.

- **Chapitre 1 : Qu'est-ce qu'un business model ?**

Dans ce premier chapitre, quelques définitions sont apportées et différents business models sont présentés de manière succincte mais approfondis dans les chapitres suivants.

- **Chapitre 2 : Business model et composantes du business framework**

L'entreprise pilotée par l'activité commerciale « *business driven enterprise* » est abordée ici, ainsi que les qualités demandées à un

business model. Des exemples concrets illustrent les business models en question. Enfin, le « business information system » achève ce deuxième chapitre.

- **Chapitre 3 : Impacts du business model sur l'entreprise**

Les impacts internes et externes du business model sur l'entreprise ainsi que les contraintes qui pèsent sur le business model composent ce chapitre 3.

- **Chapitre 4 : Panorama de business models marchands**

Dans ce quatrième chapitre, un panorama des business models marchands classiques comportant de multiples et intéressants exemples est détaillé pour aider à la compréhension de cette catégorie de business models.

- **Chapitre 5 : Les business models de l'Internet**

Il traite des business models de l'Internet en y incluant le business model 2.0 et les business models de troisième génération qui complètent ce chapitre.

- **Chapitre 6 : Les business models non marchands**

Ici, un éventail de business models non marchands est présenté, allant du business model pour l'administration au business model pour la défense ou encore les business models associatifs.

- **Chapitre 7 : Business models primordiaux**

Les business models primordiaux, ceux soucieux de l'éco-socio-système, aptes à soutenir une politique de développement durable, sont présentés dans ce chapitre.

- **Chapitre 8 : Quel est votre business model ?**

Nous avons voulu terminer cet ouvrage intitulé *Choisir son Business Model* par un huitième et dernier chapitre vous permettant justement de découvrir votre business model, celui qui vous aidera à créer davantage de valeurs, celui qui conviendra à vous et à votre environnement. Après avoir choisi votre business model, il vous faudra le construire, le voir grandir, l'enrichir, afin qu'à son tour, il vous enrichisse.

Enfin, plusieurs possibilités s'offrent pour la taxonomie : adopter une approche macro-modèles ou entrer dans le détail des approches. La première ne suffit plus dans le contexte politico-socio-économique actuel qui a complexifié la situation des entreprises, tant au niveau de la concurrence que de la recherche des différenciateurs. Nous avons donc choisi une classification horizontale – certains auraient préféré une classification verticale –, car certains secteurs économiques sont très actifs dans la mise en œuvre de nouveaux business models. Une telle approche doit faire l'objet d'un autre ouvrage.