

# Analyse valeur

Une démarche participative en vue de la  
meilleure satisfaction client au moindre  
coût

# Sommaire

1. Contexte
2. Démarche
3. La réduction de coût et ses limites
4. Equipe de l'analyse valeur
5. Etapes d'une analyse valeur
6. Approche systémique et les rôles de l'équipe
7. Formalisation, documents d'entrée et de sortie de l'analyse
8. Veille - Capitalisation – Benchmarking
9. Faisabilité
10. Orientation et Cadrage du projet
11. Analyse des besoins explicites et implicites
12. Analyse de l'existant (fonctions, produit, projet)
13. Détermination des fonctions
14. Elaboration des solutions et choix de la solution
15. Mise en place
16. Suivi – Evaluation – Amélioration - Capitalisation

# Contexte

- L'analyse valeur est une ingénierie participative des parties prenantes de l'entreprise et de son environnement (économique, technique, environnementale, qualité, utilisation, partenaires de réalisation, ...) dans le but de satisfaire le meilleur besoin explicite ou implicite de l'utilisateur au moindre coût.
- Les parties prenantes internes sont les concepteurs et les réalisateurs
- Les parties prenantes externes sont les clients, les partenaires, les organismes normatifs, juridiques et financiers.
- La juste valeur est difficilement quantifiable dans sa valeur absolue, mais peut être quantifiée dans sa valeur relative,

# Démarche

- La démarche est une ingénierie systémique, collaborative et transversale incluant les parties prenantes concernées,
- Elle est structurée en un plan de travail
- Elle est orientée client
- Elle doit être efficace, structurée et innovante.
- Elle analyse plusieurs solutions qui peuvent être contradictoires, la contradiction implique la profondeur d'analyse, marginalise les écueils et débouche sur une solution optimisée en terme de satisfaction client et de coûts.

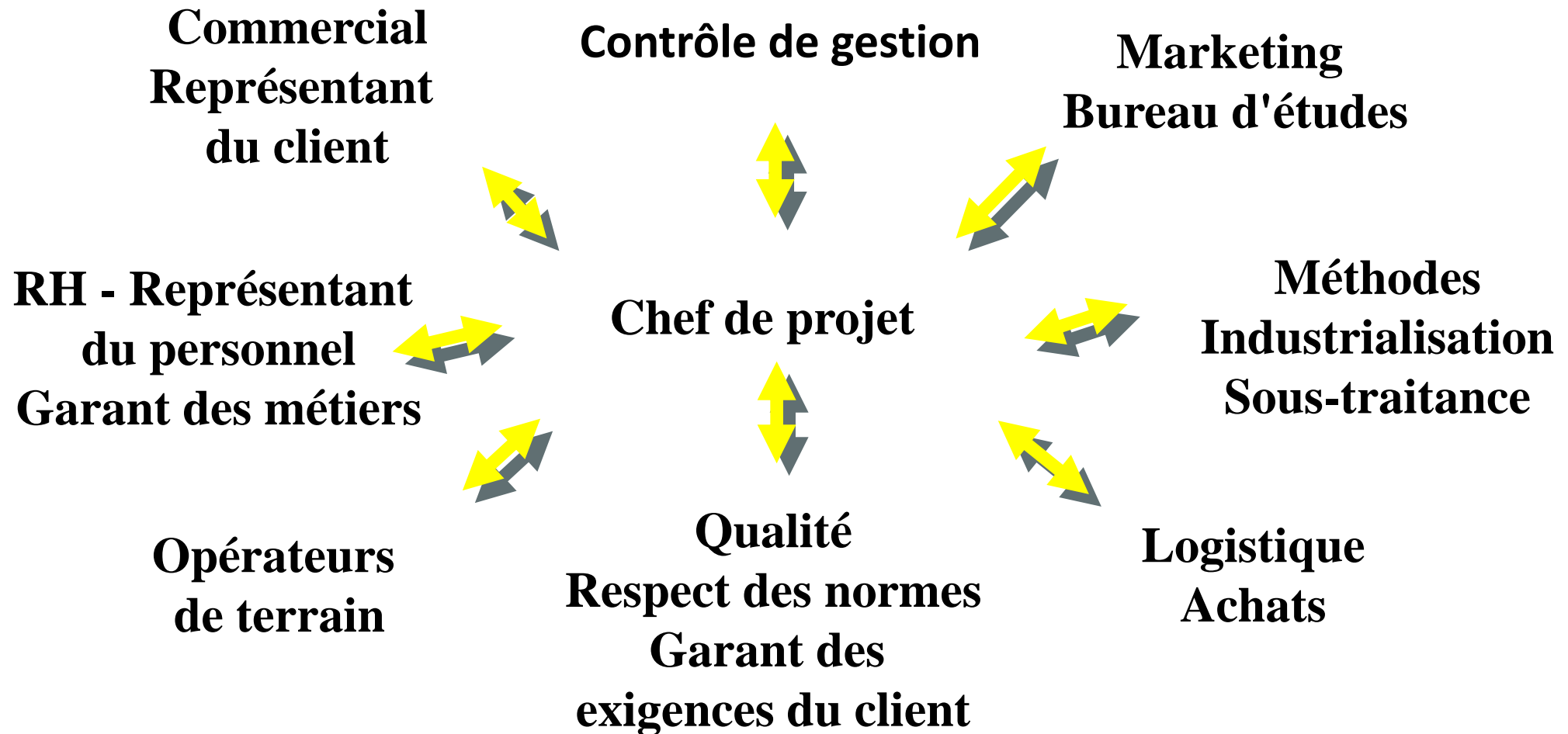
# Analyse des besoins clients

- Les besoins implicites
- Les besoins explicites
- Les enquêtes marketing amont
- Les mesures marketing aval
- La capitalisation
- La veille concurrentielle
- Les besoins, la fonction qualité (partie prenante interne) et les contraintes environnementale
- L'amélioration continue de la satisfaction et le système de management des performances

# L'analyse valeur et le modèle cible de l'entreprise

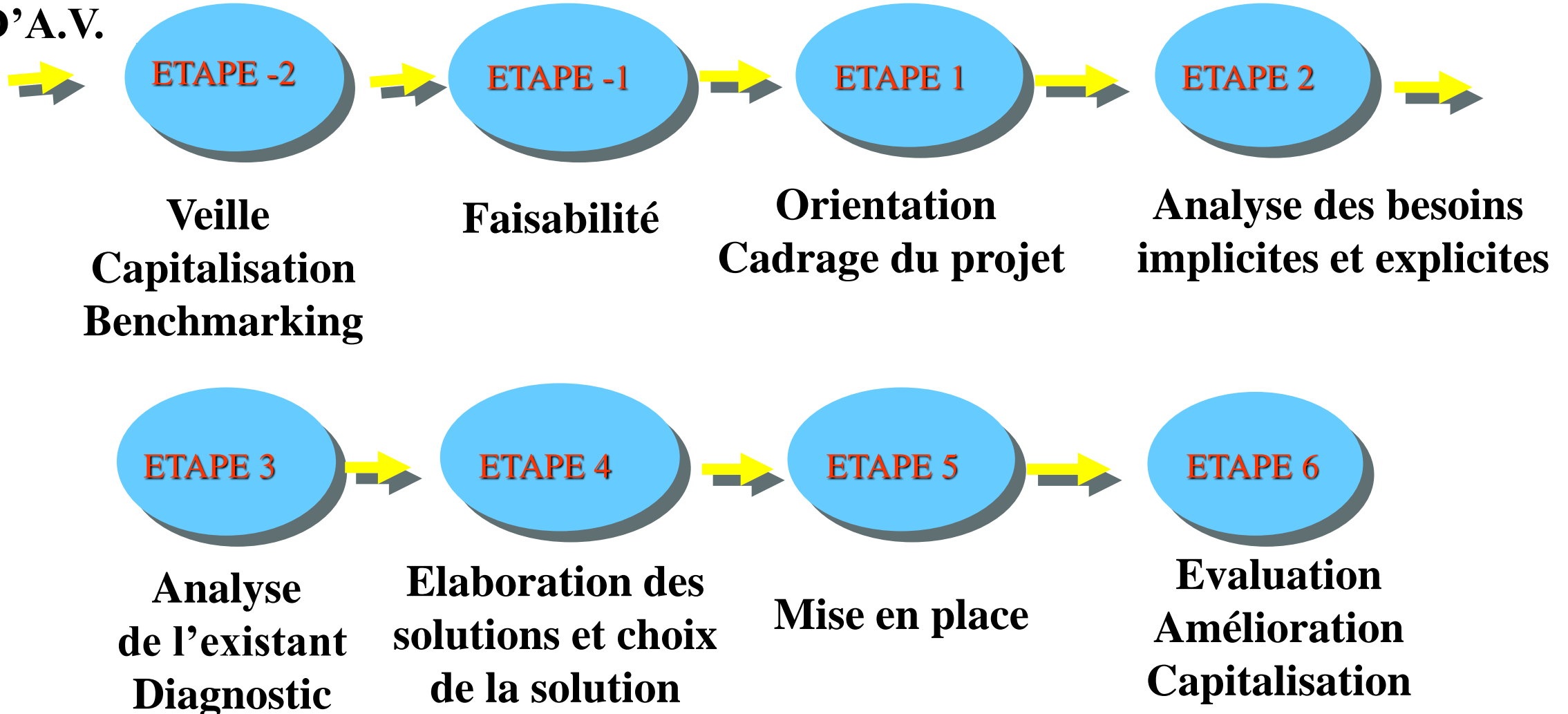
- L'influence des composantes du modèle cible
  - Les métiers et la mise à niveau des savoirs faire et des compétences
  - L'environnement concurrentiel, normatif, écologique, ...
  - La vocation de l'entreprise, ses produits et ses process
  - La culture et les valeurs de l'entreprise
  - L'organisation et les processus de travail
  - Le cycle de vie des produits
- Les modifications du modèle cible par l'amélioration permanente

# L'équipe de l'analyse valeur



# Les étapes d'une analyse valeur

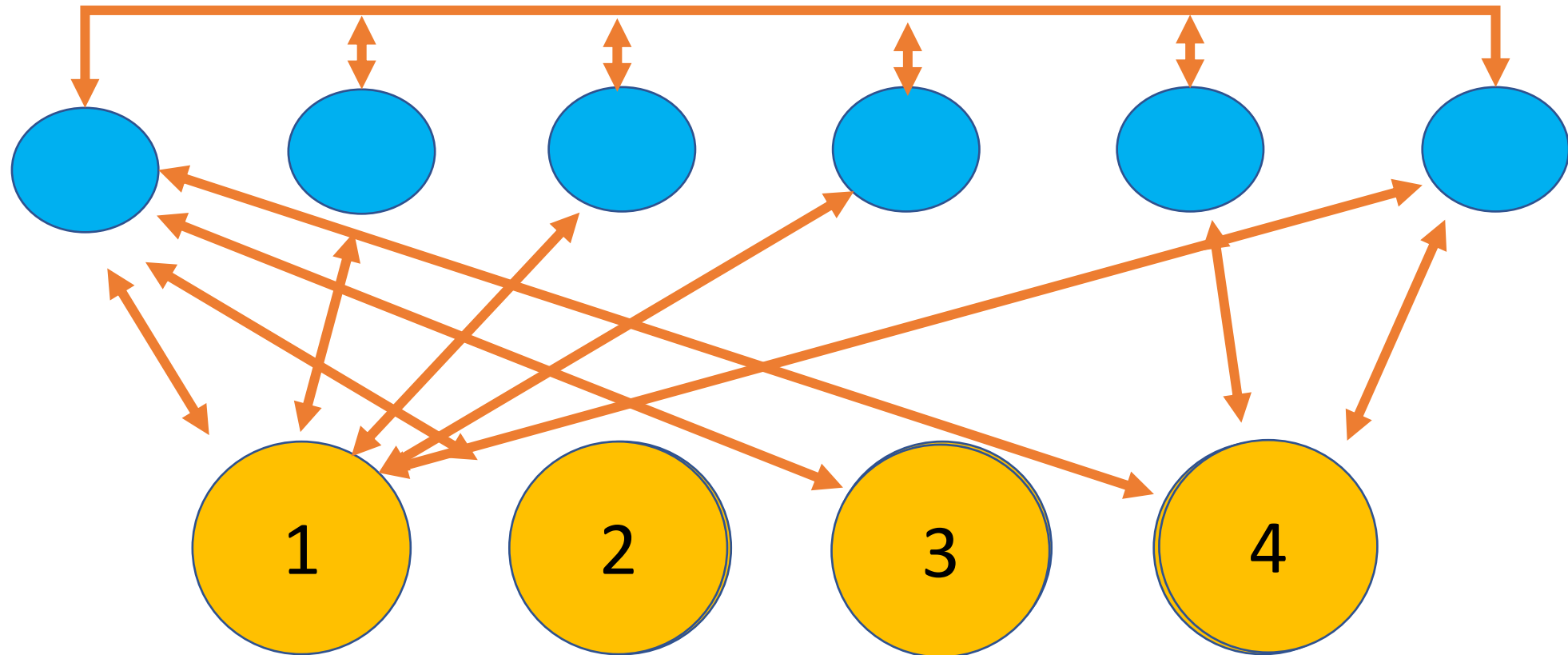
**Demande  
D'A.V.**





# Approche systémique et rôles de l'équipe

LES PARTIES PRENANTES DU PROJET externes et internes



LES ETAPES DU PROJET

Faisabilité, définition projet, conception, réalisation

# Approche systémique et rôles de l'équipe

- Les métiers de l'équipe couvrent le cycle de vie du produit – la chaîne de valeur
- La présence de représentants du client interne ou du client externe
- Le commercial
- Le contrôle de gestion – Garant de l'exactitude du coût
- Marketing et bureau d'étude – analyse du design – garants de la conception
- Méthodes industrialisation et sous-traitance – Analyse process interne externe
- Logistique achats – Transitique – Stockage – achats de composants et de matières premières
- La qualité – respect des normes et garant satisfaction client
- Les opérateurs du terrain – Analyse des opérations et des matières premières
- Les RH – Représentant du personnel – Respect des métiers et des contrats de travail

# La formalisation, documents d'entrée et de sortie de l'analyse

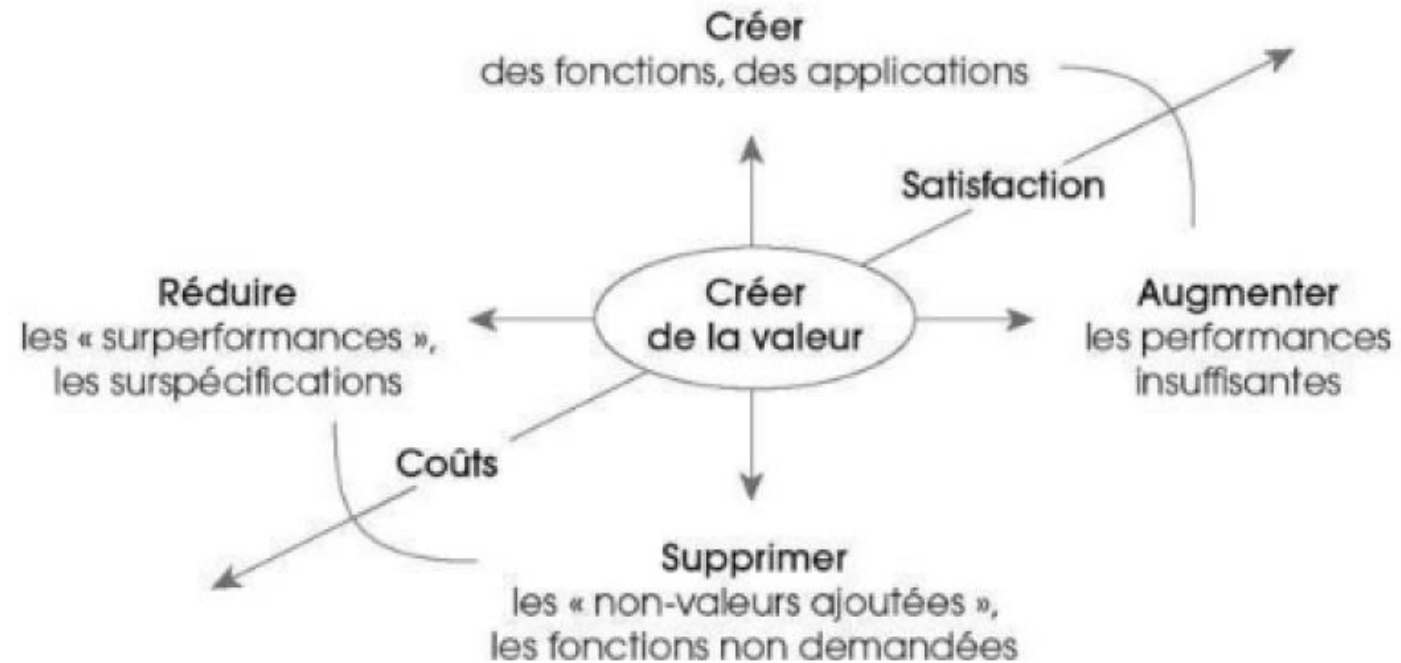
- Les documents d'entrée du projet d'analyse valeur
  - L'expression des besoins de l'utilisateur ou du client
  - Les plans
  - les spécificités
  - La capitalisation
  - Les fonctions du produit ou du service (usage, estime, contraintes)
- Les documents de sortie de l'analyse
  - Synthèse de l'analyse
  - Compte rendu étude (quoi, qui, comment, combien, quand, où)
  - Plan de mise en œuvre
  - Bilan
  - Clôture

# Le QQOQCCP

## Définition du QQOQCP du client

- **Q - Quoi** : objet, action, phase, opération, fonction,
- **Q - Qui** : parties prenantes, acteurs, responsables.
- **O - Où** : lieu, distance, étape.
- **Q - Quand** : moment, planning, durée, fréquence.
- **C - Comment** : matériel, équipement, moyens nécessaires, manières, modalités, procédures.
- **P - Pourquoi** : motivations, motifs, raisons d'être, etc.
- **C – Combien** : coûts, positionnement, avantages, soutien après vente, ...

# Axes d'analyses et d'actions sur la valeur



# **Veille - Capitalisation – Benchmarking**

## **Par fonctions usage, estime, marchande**

- Analyse de la base de données de capitalisation
  - Recherche produit ou service analogue
  - Diagnostic qualité
  - Expression des besoins
  - Solutions et choix
- Veille - benchmarking
  - Recherche d'informations
  - Analyse valeur d'usage, valeur marchande concurrents
  - Compte rendu d'analyse

# Faisabilité

- Analyse comparative de la veille, capitalisation et bench
- Simulation des esquisses de solutions
- Simulation futurible?
- Faisabilité des scénarii de solutions
- Choix de la solution (Usage, Estime, coûts) à mettre en place
- Consolidation dossier et capitalisation

# Orientation et Cadrage du projet

- Dossier de faisabilité
- Constitution du groupe de travail étendu aux parties prenantes externes
- Prise en compte du modèle cible de l'entité et du système d'amélioration des performances
- Mise à plat des objectifs stratégiques et opérationnels
- Affection des objectifs groupe de travail et parties prenantes
- Planning participatif des travaux



# Analyse des besoins implicites et explicites

- Mise à plat des besoins
  - Implicites détectés dans la veille et la faisabilité
  - Explicites du client
- Développement des fonctionnalités du produit ou service
  - Décomposition en éléments simples
- Analyses des valeurs
  - D'usage
  - D'estime
  - Marchande
- Compte rendu des besoins

# Analyse de l'existant - Diagnostic

- Existant des valeurs des éléments simples
- Points forts points faibles
- Mesures des écarts (Besoins et existants)
- Recadrage des objectifs « solutions » du groupe de travail
- Actualisation du planning de travail
- Consolidation du dossier

# Mise en place

- Actions d'analyse valeur des éléments
  - Intégration des contraintes (mécaniques, fonctionnelles, coûts)
  - Conception détaillée de la solution choisie
  - Répercussion sur les moyens (outillage, investissements)
  - Prototypage de la solution
  - Accord des parties prenantes
  - Validation par une petite série
  - Consolidation du Dossier de fabrication
  - Lancement

# Evaluation – Amélioration - Capitalisation

- Mise en place d'une évaluation
  - Satisfaction client
  - Mesure des écarts qualité, coûts, délais, ...
- Amélioration
  - Résultats des mesures, audits, autres actions d'observabilité
  - Présentation en revue de direction
  - Définition des actions d'amélioration
  - Mise en boucle dans le système d'amélioration des performances
- Capitalisation