

Sommaire

Introduction	9
Autodiagnostic	13
Pratique n° 1	
Comprendre la notion de valeur	15
Les limites de la compétitivité par les coûts	17
La nécessité de différenciation	18
La valeur, un équilibre entre satisfaction et coûts	19
Les leçons de l'expérience	22
Les quatre points cardinaux de la création de valeur	24
Pratique n° 2	
Cerner l'analyse de la valeur	25
Une démarche orientée client	27
Les coûts inutiles	29
L'analyse de la valeur, un processus organisé	32
Les leçons de l'expérience	35
Le plan de travail de l'analyse de la valeur	37
Pratique n° 3	
Animer la démarche	39
Les acteurs concernés	41
Le rôle du chef de projet	43
Le pilotage de la démarche	45

Les leçons de l'expérience	49
Le synoptique de la démarche	51
 Pratique n° 4	
Orienter la démarche correctement	53
Les pièges du faux départ	55
Les bonnes questions à se poser	58
La pratique au quotidien	64
Les leçons de l'expérience	65
La fiche orientation - Produit	67
La fiche orientation - Objectifs	67
La fiche orientation - Informations	68
La fiche orientation - Étude	68
 Pratique n° 5	
Conduire une analyse des besoins	69
La notion de fonction	72
Déterminer les fonctions	74
Le cahier des charges fonctionnel	77
Les leçons de l'expérience	81
La fiche araignée	83
La fiche caractérisation	83
 Pratique n° 6	
Réaliser le diagnostic de valeur	85
L'évaluation de la satisfaction	87
La répartition des coûts	90
Les résultats du diagnostic	97
Les leçons de l'expérience	100
La fiche d'analyse descriptive	102
La fiche profil	103
Le tableau coût/fonction	103
 Pratique n° 7	
Trouver des solutions innovantes	105
Les freins à l'imagination	107
Vers un état d'esprit créatif	110
Les techniques de créativité	111

Le répertoire des solutions	115
Les leçons de l'expérience	116
La fiche solution	118
Le répertoire des solutions	118

Pratique n° 8

Choisir la solution optimisée	119
Les pièges classiques du choix	122
Une méthode multicritère « raisonnable »	124
La présentation au décideur	128
Les leçons de l'expérience	131
Le tableau de choix	133
La fiche plan d'action	133

Pratique n° 9

Appliquer l'analyse de la valeur à d'autres domaines	135
Les évolutions de l'analyse de la valeur	138
Les extensions autour du produit	140
Les extensions au-delà du produit	142
Les leçons de l'expérience	144
Check-list pour l'application d'une analyse de la valeur	147

Pratique n° 10

Mettre en œuvre l'analyse de la valeur à l'échelle de l'entreprise	149
Le choix du domaine	151
Le management de l'analyse de la valeur	152
Les trois modes d'application	153
Les leçons de l'expérience	155
Charte d'utilisation de l'analyse de la valeur	157
En guise de synthèse	159
Résultats du test de la pratique n° 7	162
Votre plan de progrès	163
Bibliographie	165