

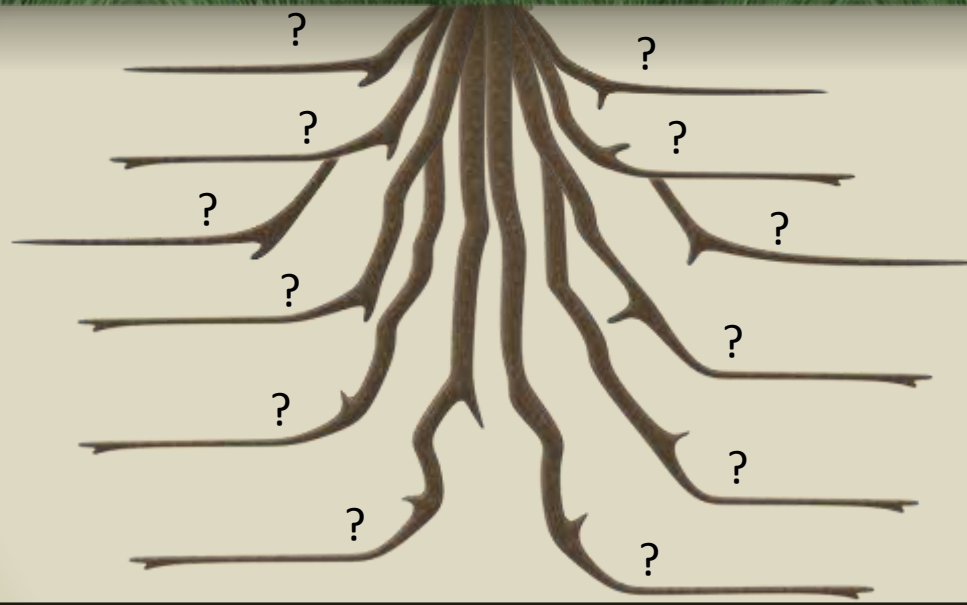
Management de projet

LE BELVEDERE CONSEIL
Une question de point de vue

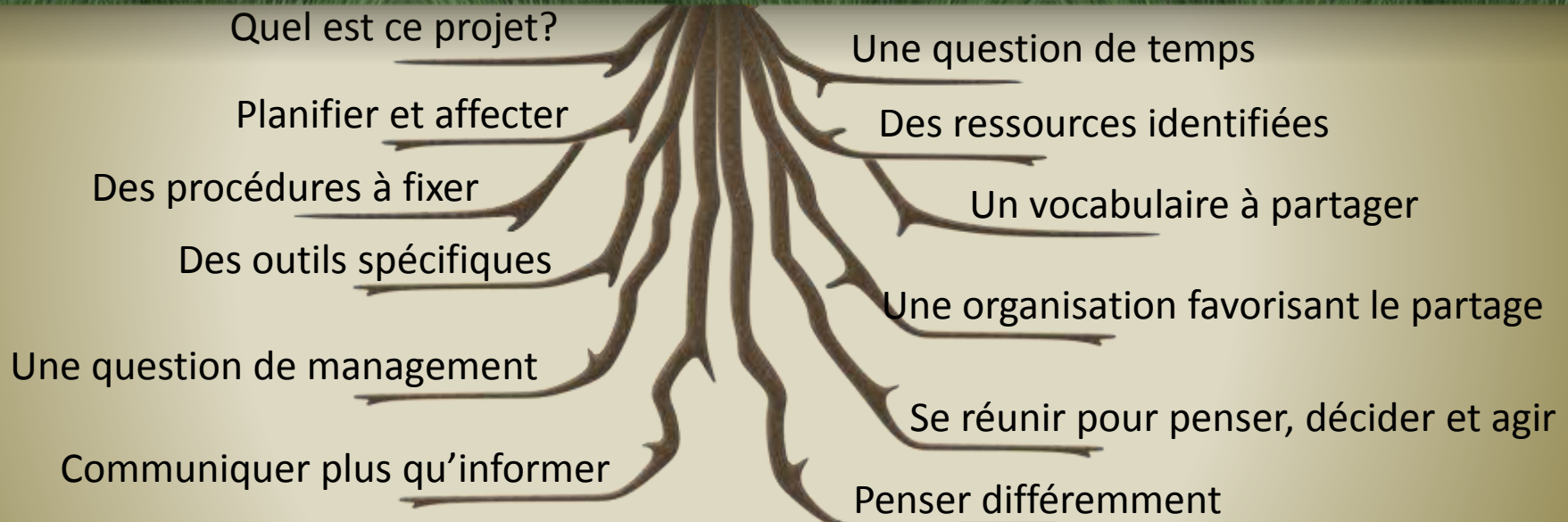


T4

{ Osez...
ensemble! }



Management de projet



«Un projet se définit comme une démarche spécifique et nouvelle qui permet de structurer méthodiquement et progressivement une réalité à venir pour laquelle n'existe pas encore d'équivalent exact»



Le programme tome après tome

- T1 Définir notre point de départ et exprimer les enjeux, les objectifs et les actions
- T2 La gestion du temps et la planification
- T3 La question de la base de données
- **T4 Dessine-moi un projet**
- T5 Et le management dans tout ça?
- T6 L'organisation, l'animation et l'exploitation des réunions
- T7 La communication du et autour du projet

*Retour sur la question des
objectifs...et des priorités*



Définir ses objectifs

- Et si on essayait l'analyse fonctionnelle?

*C'est une méthode imaginée pendant la 2^e guerre mondiale aux États-Unis par Laurence Miles, principalement en raison de la pénurie de matières 1^o.
Il fallait trouver des solutions de remplacement en faisant des efforts d'innovation.*

*"Un objectif correctement défini est à moitié atteint"
Abraham LINCOLN*

Définir ses objectifs

- Et si on essayait l'analyse fonctionnelle?

L'analyse fonctionnelle permet d'obtenir:

- ✓ la connaissance précise des besoins satisfaits
- ✓ l'utilisation d'un langage commun
- ✓ la clarification des objectifs
- ✓ l'emploi de méthodes de raisonnement spécifiques
- ✓ le suivi d'un chemin balisé conduisant au résultat attendu
- ✓ la chasse à l'inutile et au superflu
- ✓ l'assurance de la qualité en conception
- ✓ la prise des décisions en connaissance de cause



Définir ses objectifs

- Et si on essayait l'analyse fonctionnelle?

Les fonctions sont liées aux services offerts par un produit
pour satisfaire un besoin

Il ne faut pas confondre "fonction" et "solution"

La fonction indique un résultat à atteindre

La solution indique le moyen pour l'atteindre



Comment identifier le besoin?

Les besoins satisfaits par un produit, un service

Savoir répondre à 4 questions

Sur le plan de l'utilité

Sur le plan de l'action

À quoi sert-il?

Sur quoi agit-il?

À qui sert-il?

Sur qui agit-il?

À quels besoins de base répond-il?

*Penser à l'analyse des fonctions principales
et des fonctions complémentaires (appelées à tort secondaires)*



3 classes de besoins

Le besoin latent

appartient aux exigences fondamentales de l'individu

Le besoin identifié

par exemple à l'issue d'une étude de marché, d'une enquête comportementale

Le besoin créé

provoqué généralement à la suite d'une innovation technologique



2 catégories de besoin

l'objectif

facile à identifier et à quantifier

le subjectif

plus difficile car il dépend de l'appréciation de chacun
et peut différer d'une personne à une autre

Exemples: l'odeur ou le parfum, l'élégance, le design, l'esthétique, l'image de marque, la symbolique,
l'ambiance, l'atmosphère, le confort, la mode...

Mais attention!

Les désirs d'hier peuvent être les besoins d'aujourd'hui!!!

Exemple: le téléphone mobile



Le client en question

3 grandes catégories

L'acheteur individuel

L'acheteur représentant un groupe, un ménage

L'acheteur professionnel

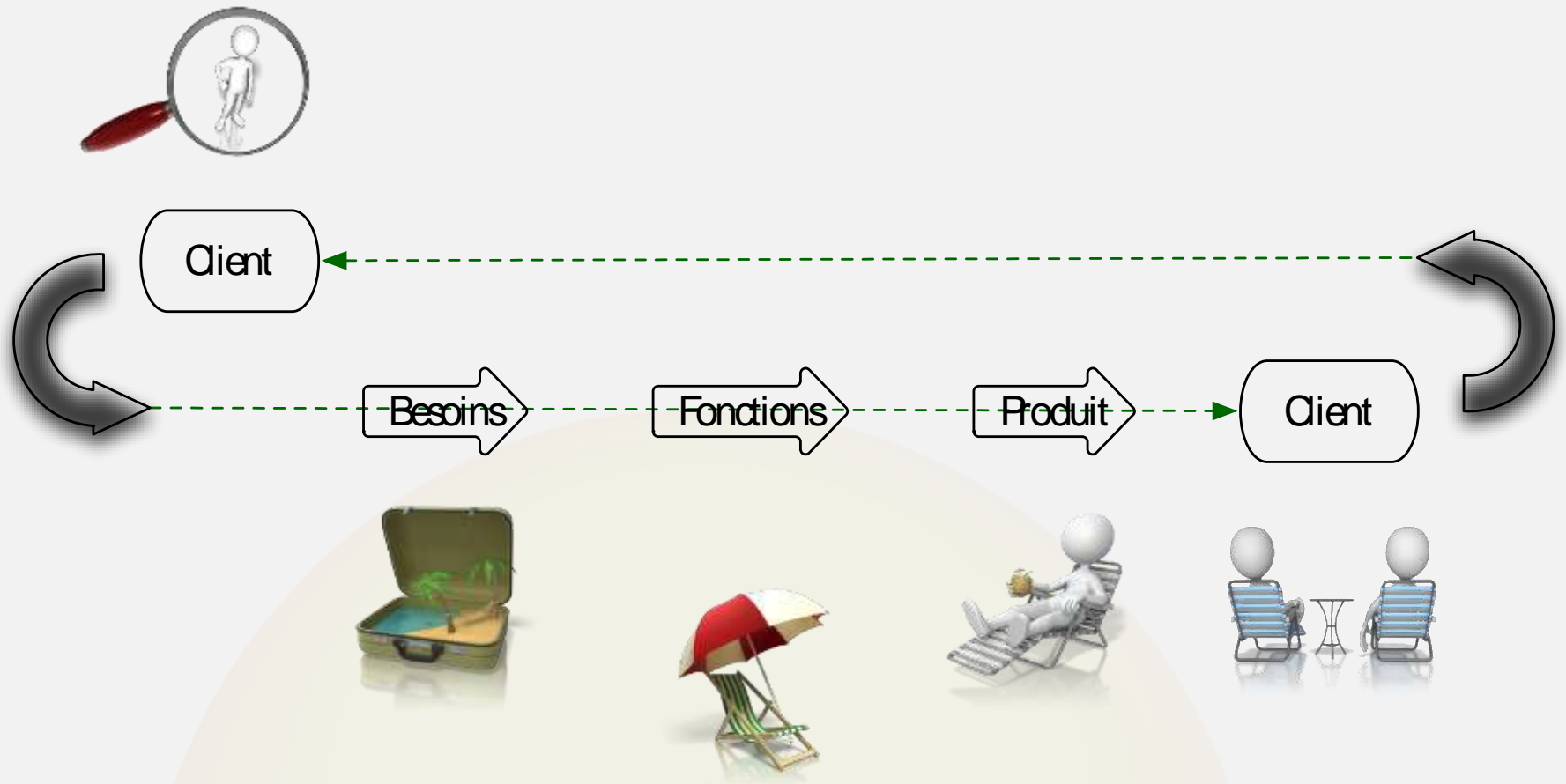
et des scénarios différents

L'acheteur, l'utilisateur et le payeur sont le même individu

L'acheteur et le payeur sont le même individu mais l'utilisateur est différent



Petit récap



Insatisfactions

Baisse des ventes

Réclamations

Coûts d'après-vente



Perte de clientèle

Frais de modifications

Réputation écornée

Frais de communication



DÉFINIR SES PRIORITÉS

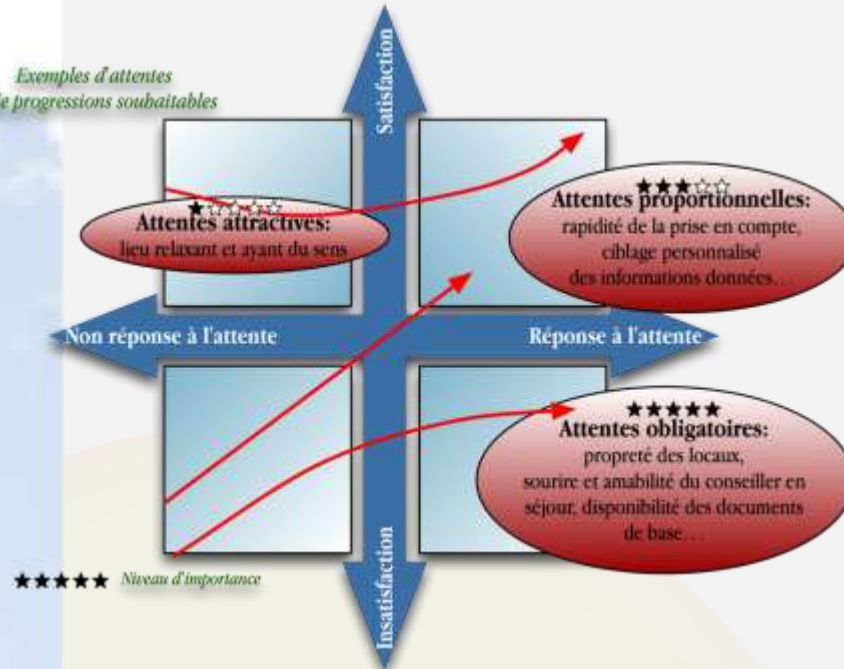
Le diagramme de Kano

Il permet de se fixer des priorités et de ne pas oublier les fondamentaux.
En effet, pour votre client, inconsciemment, il y a 3 niveaux d'attentes qu'il ne faut pas mélanger et traiter de la même manière (en fonction de vos moyens).

Dans l'ordre,

1. assurer d'abord les attentes obligatoires ou de base
2. Ensuite, les attentes proportionnelles ou de performance
3. Et, pour terminer, les attentes attractives ou de séduction.

*Exemples d'attentes
et de progressions souhaitables*



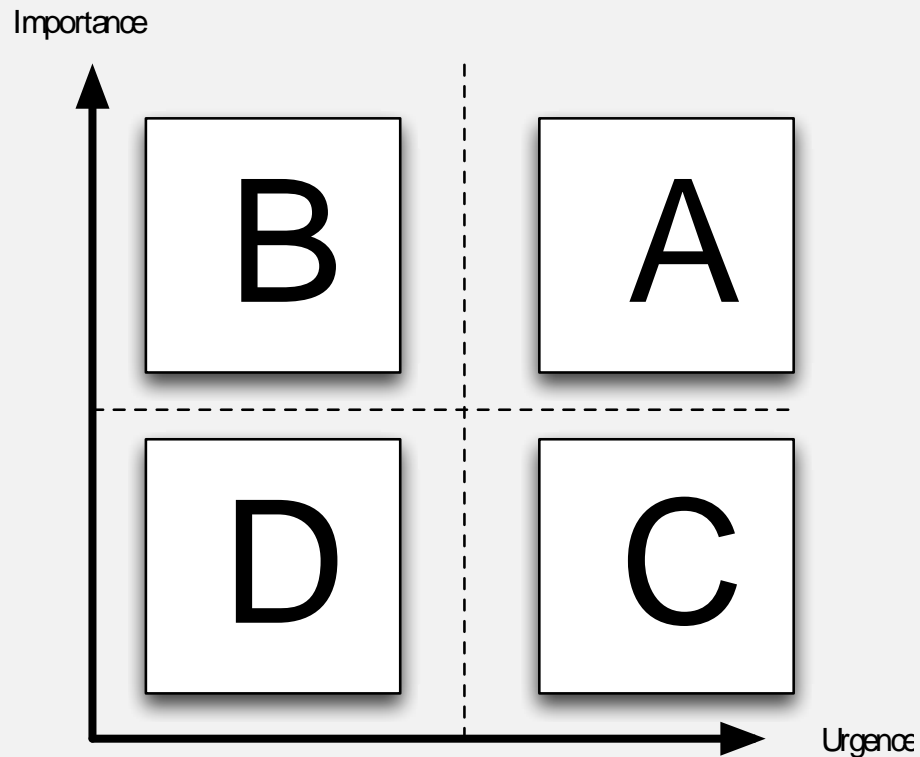
Dans le cas de nos OT:

Bis - Rien ne sert de travailler sur les attentes attractives (un décor original faisant appel aux dernières Technologies de l'Information et de la Communication) si les attentes de base ne sont pas satisfaites (des conseillers en séjour peu avenants se cachant derrière leur écran ou un espace d'accueil négligé).

Explication pour les attentes proportionnelles:

Nous attendrons plus facilement et plus longtemps dans un OT chaleureux, climatisé et fourni en supports (docs, images, musiques...) que dans un OT sans âme, surchauffé et exigü. Tout est toujours relatif dans ces domaines.

Una autre manière de faire



“Fais-moi un dessin”

Getting Things Done

- Projets/Sujets
- Engagements
- Communications
- Rapports / Notes
- Réunions
- Revue (cf. ci contre)
- Finances
- Administration
- Clients
- Marketing
- Systèmes / Fournitures
- Délégations
- Quêtes / Missions
- Développement Perso/Pro
- Entretien Maison/Bureau
- Sujets Locaux/Civiques



Aide mémoire

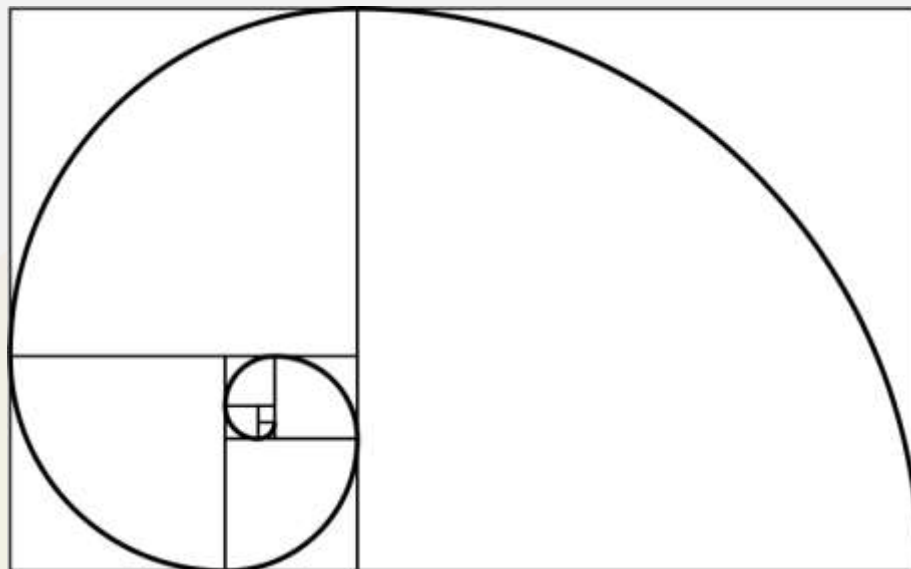
- Revue Hebdomadaire:
- Papiers libres
- Traiter vos notes
- Restes du calendrier passé
- Calendrier futur
- Vider votre tête
- Listes des Sujets / Bénéfices
- Listes "Prochaines Actions"
- Listes "En Attente De"
- Checklists pertinentes
- Listes "Un Jour/Peut-Être"
- Dossiers en attente
- Être créatif et courageux



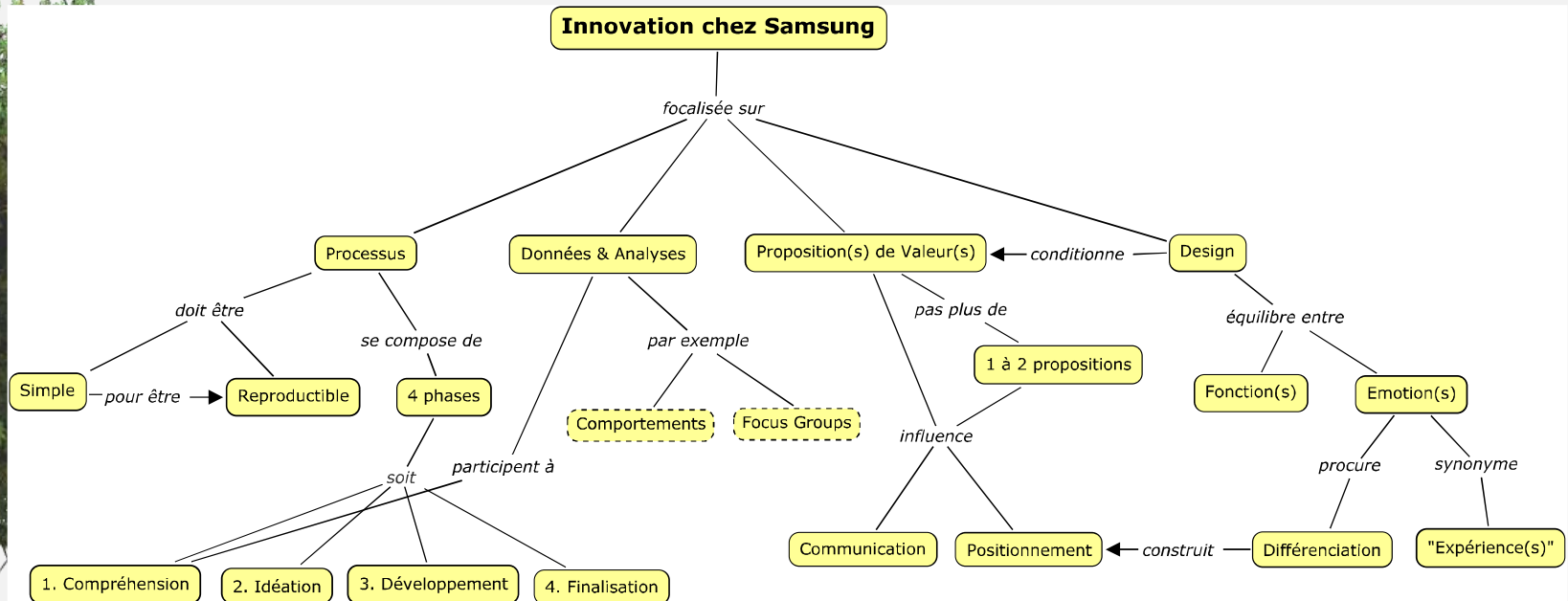
Basé sur le livre *Getting Things Done* par David Allen (Tous droits réservés par David Allen)
Ce diagramme a été créé par Justin pour le blog Gagner Ma Vie - GagnerMaVie.com



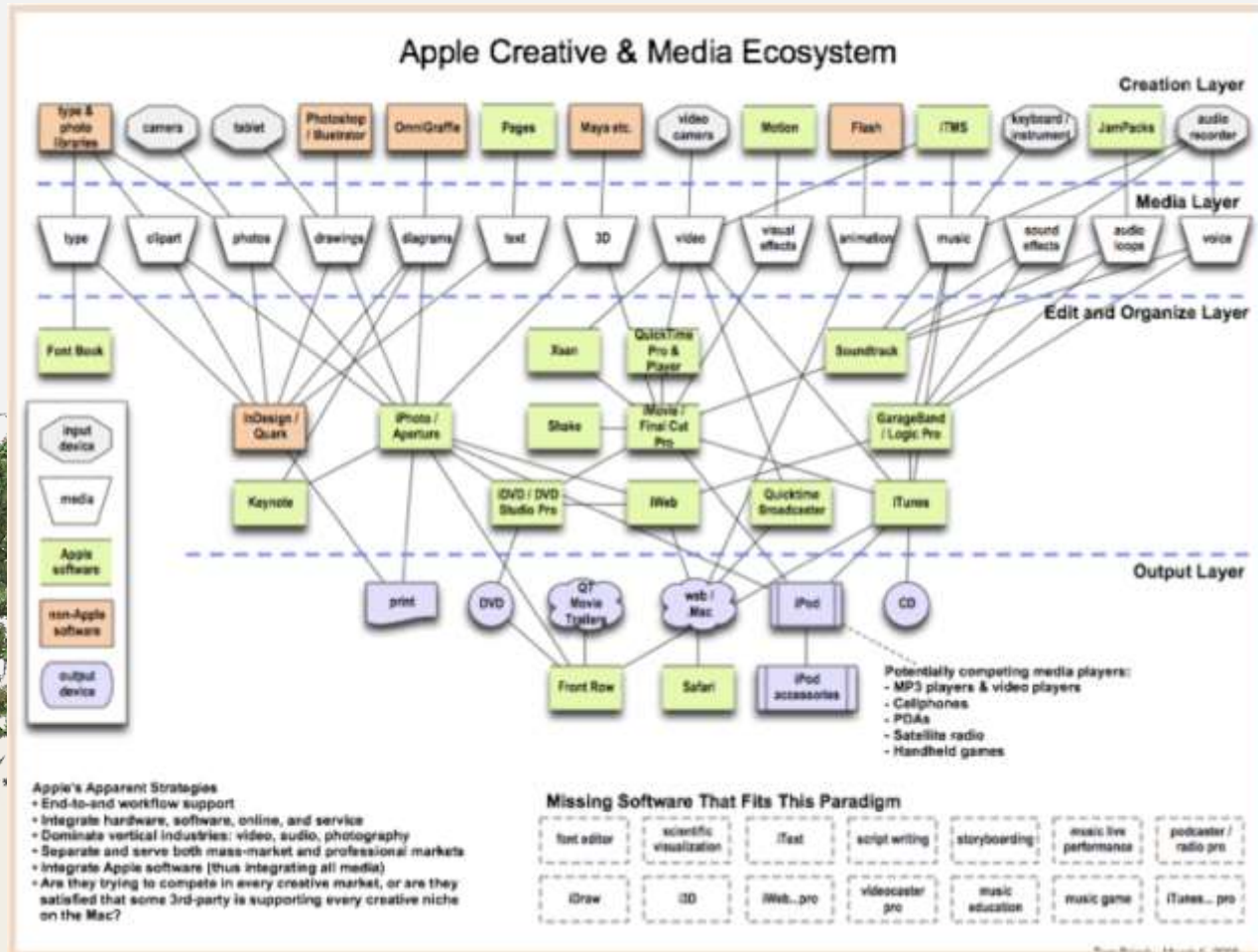
“Fais-moi un dessin”



“Fais-moi un dessin”

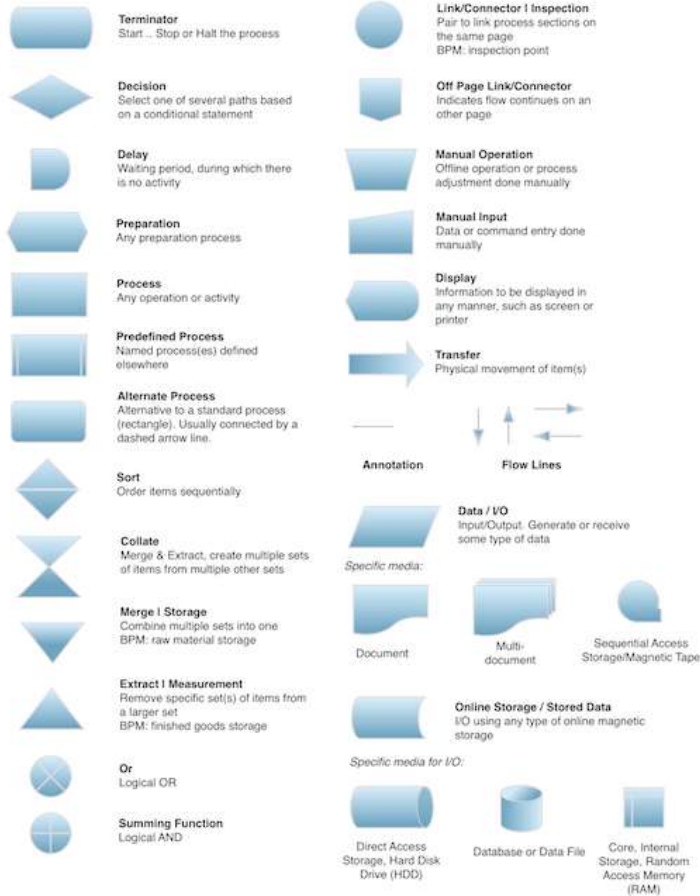


“Fais-moi un dessin”



Un peu de vocabulaire

Flow Chart Symbols





A vot' bon coeur m'sieurs dames

