

Les fonctions principales de l'entreprise et leurs interactions

- » 1. Les fonctions principales
- 2. Les fonctions de support

L'entreprise est un ensemble de fonctions/ « métiers »/services...

- ▶ des fonctions qui rentrent directement dans l'élaboration ou la vente du produit ou service
 - Achats/Approvisionnement – Production – Marketing & Ventes –Logistique
 - ➔ création de valeur
- ▶ des fonctions de support facilitant le fonctionnement de l'entreprise
 - Comptabilité et finance – Ressources humaines – Recherche & développement – Direction et administration générale
 - Juridique, Informatique, Service Après Vente (SAV), Maintenance

A la découverte des fonctions

1. Fonctions principales...

La fonction Achat – Approvisionnement.

Avoir de quoi fabriquer (matières premières, ...)

La fonction Production : fabrication, qualité, ...

Savoir comment bien fabriquer... et le faire

La fonction Commerciale : Mkg & Ventes

Savoir quoi vendre et donc quoi fabriquer ;
Vendre les produits/services

La fonction Logistique– Supply Chain.

Apporter les éléments (matière première, en cours de fabrication, produit fini) où on en a besoin

A la découverte des fonctions

2. Fonctions de support...

La fonction Comptable, financière et contrôle de gestion
Contrôler et mesurer l'activité économique

La fonction Ressources humaines

Avoir les personnes compétentes sur les postes de travail – Savoir qui fait quoi (recrutement, paie, nb d'h de travail, congés)

La fonction Recherche et Développement

Concevoir – Innover – Transformer le besoin en produit

La fonction de Direction

Créer l'entreprise – Accompagner son développement – Assurer sa pérennité en prenant les bonnes décisions

Des fonctions connexes : juridique, informatique, SAV, maintenance, système d'information,

1.1 – La fonction Achat–Approvisionnement

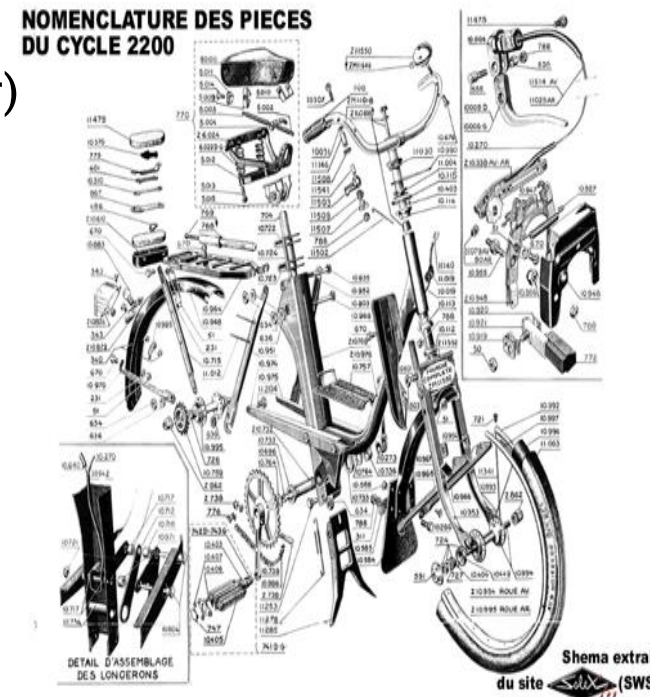
*" Bien savoir acheter
est souvent aussi important que
savoir bien vendre "*

Henri Fayol
(1841-1925)



Ce qu'une entreprise peut acheter

- ▶ Matières premières
- ▶ Produits semi-élaborés (tissés écrus, lingots)
- ▶ Fournitures consommables (combustibles, papier)
- ▶ Composants achetés sur catalogues
- ▶ Pièces sous-traitées, sur mesure
- ▶ Sous-ensembles (moteur, système de freinage)
- ▶ Biens d'équipement (machines, véhicules)
- ▶ Outillage (moules de fonderie)
- ▶ Pièces de rechange
- ▶ Emballage
- ▶ Marchandises destinées à être revendues
- ▶ Prestations de services industriels (maintenance)
- ▶ Sous-traitance générale (partie d'un chantier)
- ▶ Les prestations de main-d'œuvre
- ▶ **Les prestations de services intellectuels (recherche sous contrat, conseil)**



La distinction entre achats et approvisionnements

Processus Achat

Achats :
ensemble des rôles allant de l'identification du besoin jusqu'à la signature du contrat

Processus d'approvisionnement

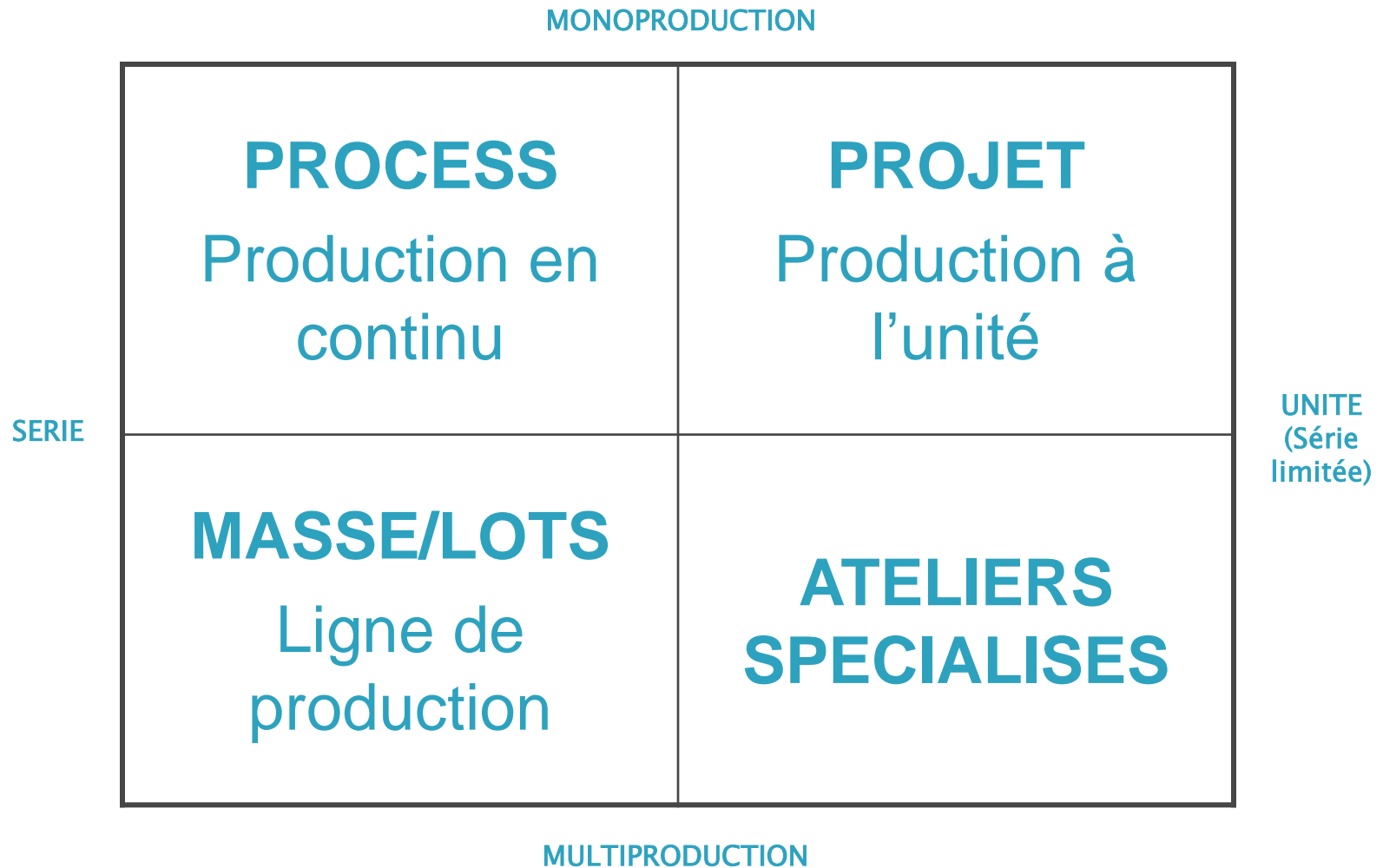
Approvisionnement : ensemble des opérations allant de l'émission des commandes au règlement de la facture

1.2 – La fonction Production : bureau méthode, gestion production, fabrication, qualité

► Comment l'entreprise fabrique-t-elle ses produits ?

- A pour mission de **fabriquer** des biens et/ou des services, susceptibles de satisfaire ses clients, tout en utilisant des ressources limitées (hommes, machines, argent, savoir-faire)
- Lorsque la version définitive (ou une version proche de la version définitive) est établie, les plans sont transmis **au bureau des méthodes** qui va définir la meilleure méthode de fabrication possible : celle qui assurera le meilleur compromis au niveau des coûts, des délais et de la qualité
- **Les planificateurs** = l'ordonnancement vont établir des plans de production en fonction de la demande, des disponibilités des machines et des hommes, ...des délais de production...
- **Le service de lancement** établit alors les documents utilisés (les OF : ordres de fabrication) dans les ateliers pour suivre la fabrication du produit ; il contrôle l'état d'avancement des OF
- La fabrication avec divers dispositifs techniques (machines, robots, ...)
- **Le service qualité** vérifie que les produits ont été fabriqués conformément au cahier des charges de l'entreprise

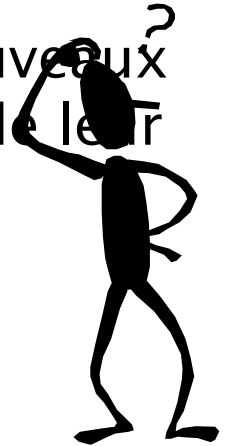
Les modes de production



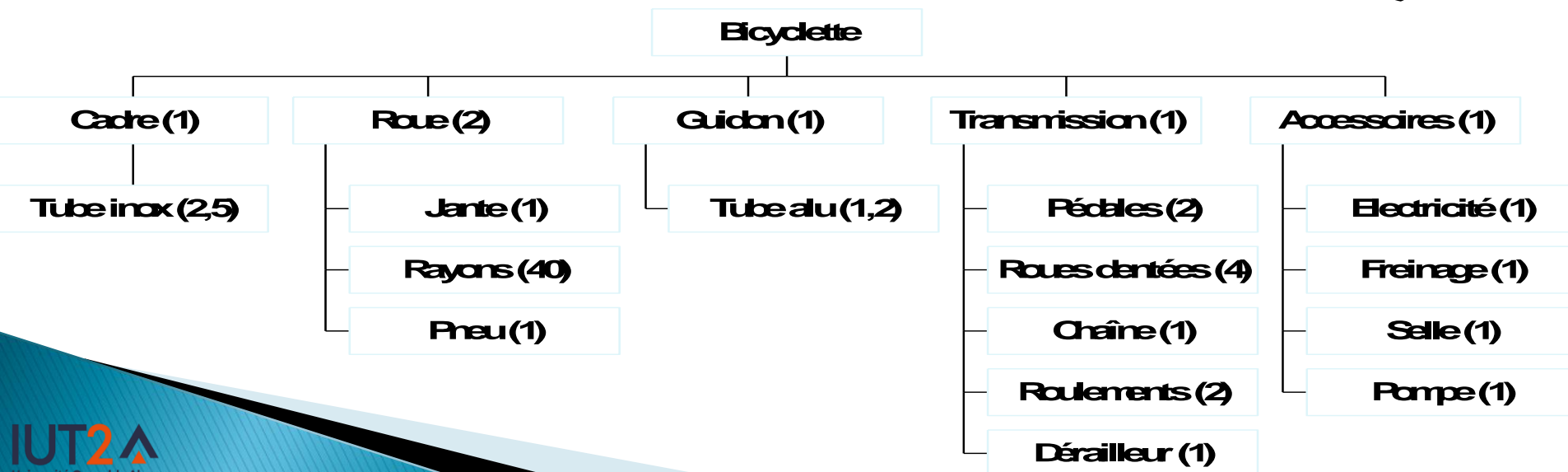
Les modes de production : avant de produire, la fonction étude

A pour vocation la mise au point de produits nouveaux et l'amélioration des produits existants, en vue de leur production par l'entreprise.

QUOI ?



La nomenclature

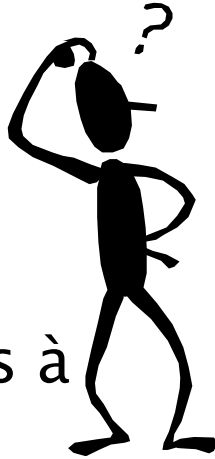


Les modes de production : avant de produire, la fonction méthode

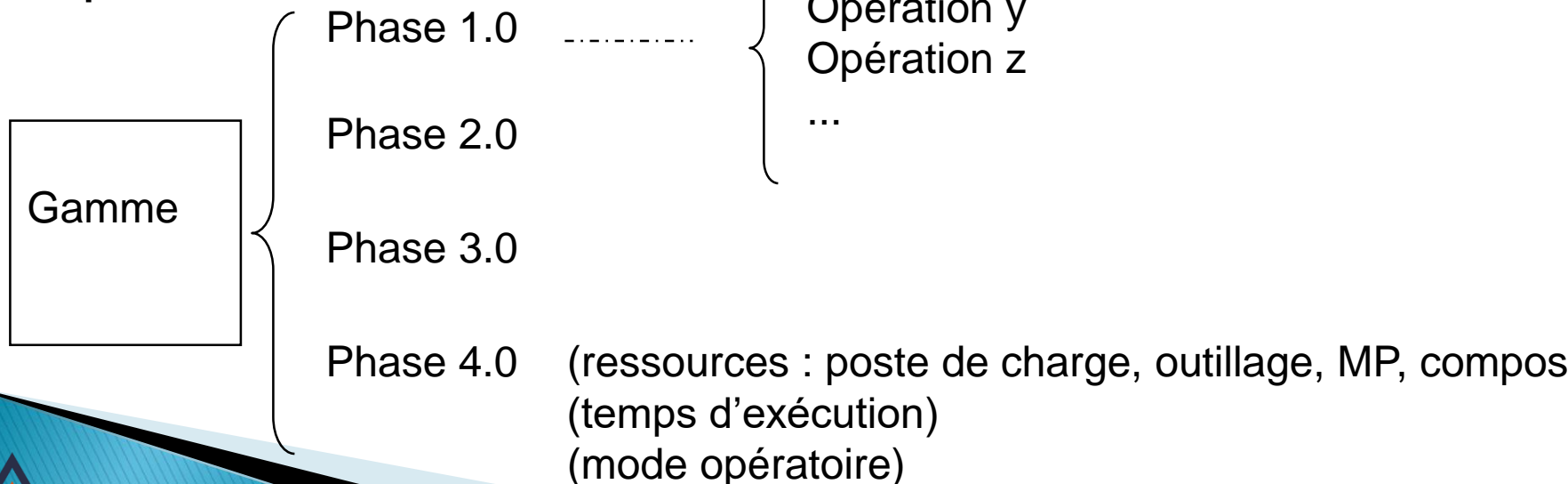
- Ses rôles :

- Innovation dans les procédés
- Préparation technique du travail
- Amélioration des postes de travail
- Mise à jour des données techniques

COMMENT ?



- La **gamme** : définition des séquences nécessaires à la fabrication, le montage ou le contrôle des produits.



L'organisation de la production – Définitions

► Capacité

- Capacité **théorique** : la production maximale possible sur poste de travail, pendant une période de travail.
- Capacité **réelle** : prise en compte des aléas (rebuts, pannes, absentéisme, compétences...)

► Charge

- La quantité de travail à réaliser sur un poste de travail, pendant la période de référence.

➔ **Équilibrage charge-capacité et règles de priorité**

1.3 – La fonction commerciale : Marketing et Vente

► Définition

- **Marketing** : Comprendre les attentes des consommateurs et la situation du marché sur lequel l'entreprise évolue
- **Marketing** : Essayer d'influencer le comportement des consommateurs pour vendre plus
- **Vente** : Ensemble d'actions et de démarches menées par un commercial (représentant, vendeur, courtier) dans le but de conclure un contrat de vente avec un client (BtoB ou BtoC) ou consommateur (BtoC)

► Ces 2 fonctions sont souvent réunies dans les PME

► Vente : activités opérationnelles, de terrain

- Les actions sont plutôt de court terme, en face à face
- Impacte très rapidement les entrées (ou pas) d'argent dans l'Entreprise. Finalité Chiffre d'Affaires (CA)

► Marketing : de nature plus « fonctionnelle »

- prise de recul, analyse, prévision... pour élaborer la stratégie (long terme) en amont de la conception du produit : Marketing Stratégique
- en aval de la conception du produit : Marketing Opérationnel

La démarche marketing

3 – Marketing opérationnel – vente (marketing-mix)

- Offre
 - produits et services
 - prix et conditions
- Commercialisation
 - distribution
 - communication

2 – Marketing stratégique

- Objectifs
 - Marque
 - Concept produit
 - Positionnement
 - Ciblage
 - Segmentation

1 – Univers marché

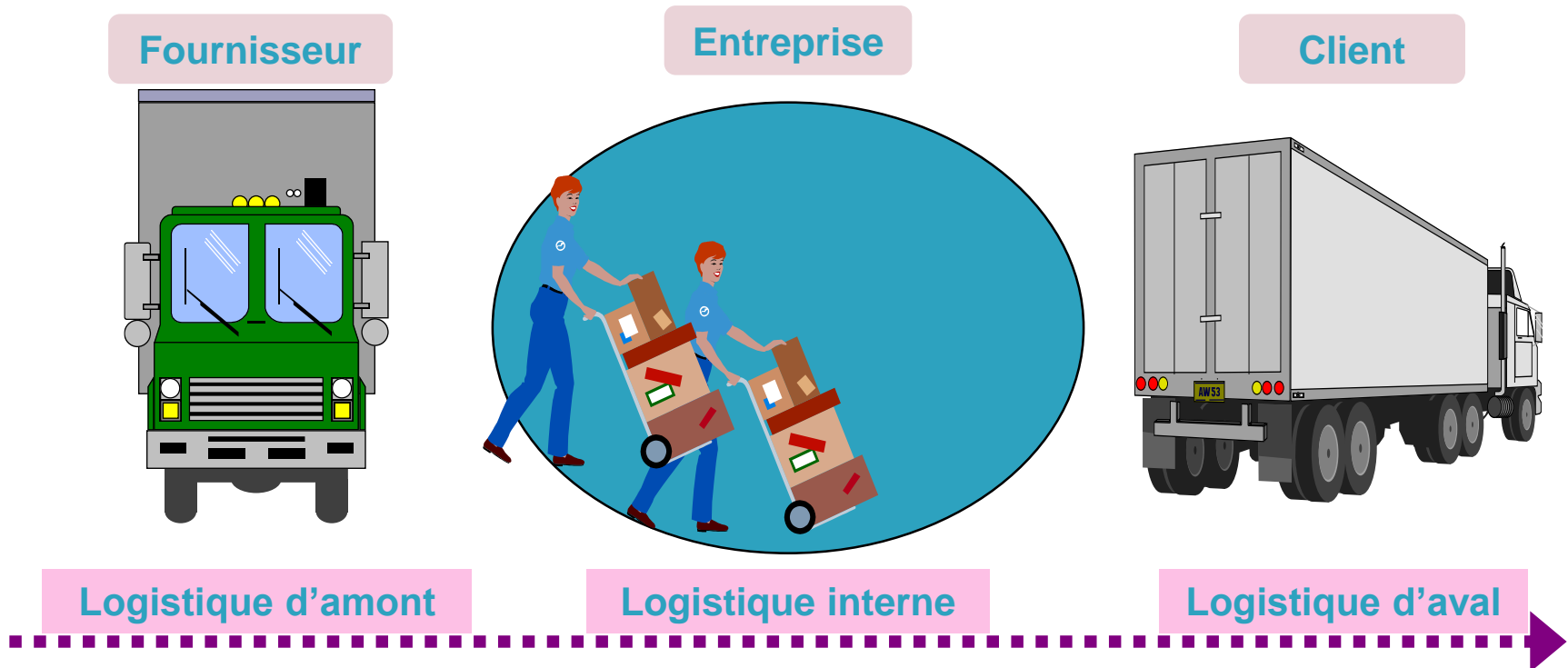
- demande
- concurrence
- influences

Entreprise
stratégique

Information

(études de marché)

1.4 La fonction logistique – Supply Chain



* Organisation des **flux physiques** de matières premières / composants de **l'amont** (fournisseurs) vers **l'aval** (produits finis pour clients), en passant par **l'intérieur** de l'entreprise (produits en cours)

* Organisation des **flux d'informations** liés aux flux physiques

2.1 – La fonction comptable et financière



- ▶ **S'assure que l'entreprise fait des bénéfices/profits** en comptant l'argent récolté, en payant les factures, en calculant les prix de vente en fonction des coûts de revient ...

- ▶ **Deux rôles globalement : légal et mission économique interne/externe**
 - donner des informations sur la situation financière de l'entreprise vis à vis des partenaires extérieurs
 - aider à la décision en mettant en avant les données économiques nécessaires
 - utiliser au mieux les ressources financières disponibles dans l'entreprise
 - obtenir les capitaux (au meilleur coût) nécessaires pour le développement de l'entreprise

2.2 – La fonction Ressources Humaines

- ▶ **Trois séries d'activités–d'objectifs :**
 - Faire en sorte que l'entreprise dispose du personnel nécessaire à son fonctionnement
 - Favoriser la motivation/ l'épanouissement des salariés–Gestion du relationnel
 - Gestion des aspects administratifs & juridiques liés aux employés (contrat de travail, recrutement/licenciement, paie, ...)
- ▶ **Les enjeux de la fonction RH :**
 - **Sur le plan de la production** : RH permettent à l'entreprise de disposer d'un personnel compétent qui pourra améliorer la productivité de l'entreprise
 - **Sur le plan commercial** : RH contribuent au recrutement de personnel de vente (vendeurs, directeurs de magasin) efficaces et motivés qui vont accroître le Chiffre d'Affaires (CA)
 - **Sur le plan financier** : gestion pertinente du personnel pour limiter les dépenses liées aux salaires. Salaire pas seulement un coût pour l'entreprise, mais un investissement également
 - **Sur le plan stratégique** : RH permettent à l'entreprise de se différencier de la concurrence grâce aux savoir-faire des salariés permettant ainsi à l'entreprise de créer une valeur supplémentaire/différente pour les clients

2.3 – La fonction Recherche et Développement (R&D)

- ▶ Permet d'identifier, de choisir et concevoir des produits/services nouveaux/originaux en tenant compte de plusieurs objectifs (faisabilité technique, rentabilité économique, compétences de la main d'œuvre de l'entreprise, capacités de production suffisantes, etc.).
- ▶ Garantit la pérennité commerciale de l'entreprise
 - Par le lancement (renouvellement) de nouvelles gammes de produits/services
 - Par le soutien à l'innovation rendant le produit plus attractif pour le consommateur qui le choisira par rapport à ceux des concurrents
- ▶ Ensemble des étapes permettant de passer du laboratoire de recherche (invention) à la production industrielle en usine (faisabilité industrielle)
- ▶ Ne doit pas être composée uniquement d'ingénieurs, mais également de gestionnaires (aspects stratégiques, économiques, veille concurrentielle...)

2.4 – La fonction de direction–managers haut de la hiérarchie – missions

- ▶ Définir les objectifs, prévoir et choisir les actions à accomplir et contrôler leur réalisation
 - Prévoir : Essayer de planifier l'avenir en fonction de différents scénarios
 - Organiser : Munir l'entreprise des différentes fonctions (ou organes) nécessaires à son bon fonctionnement
 - Commander : Indiquer à ces différents organes les tâches à accomplir
 - Coordonner : S'assurer que l'ensemble des actions de l'entreprise répondent à une certaine harmonie (et ne se parasitent pas)
 - Contrôler : Vérifier que tout se passe conformément aux consignes du plan, afin de pouvoir corriger au plus vite les éventuelles erreurs.
- ▶ S'assurer de la pérennité de l'entreprise grâce à une bonne stratégie
 - C'est un capitaine de bateau, un chef d'orchestre
 - C'est lui qui prend les décisions stratégiques (long terme, risquée, irréversible)
- ▶ Mobiliser le personnel – Arbitrer les dysfonctionnement potentiels/conflits
 - Faire aller faire des objectif communs– Accorder les points de vue

2.5 Autres fonctions

- ▶ **Juridique** : Droit social, Droit des affaires...
- ▶ **Maintenance** :
 - Maintenir en l'état le parc de ressources matérielles (machines, usines, camions, ...)
- ▶ **Informatique** :
 - Assurer la bonne utilisation, le bon entretien et le bon fonctionnement du parc informatique (hardware et software).
 - Développer des solutions logicielles qui répondent aux besoins des clients (utilisateurs) internes.
- ▶ ... Chaque entreprise a, ensuite, ses fonctions propres.