Chap. 5 : l’analyse de la valeur

# I – Définition

Cette notion de valeur s’appuie sur deux piliers :

* L’estimation de la satisfaction d’un besoin auquel répond le produit étudié
* L’estimation des couts nécessaire à la réalisation de la fonction permettant de satisfaire ce besoin

Notion appliquée à un très large éventail de produits, de service, d’option stratégique, de possibilité d’organisation ou de choix de markéting.

II – Qu’est-ce que l’analyse de la valeur

Méthode d’amélioration qui vise à la satisfaction du besoin de l’utilisateur, elle se place à la fois en amont et en aval du produit et du service,

En amont : réduire les couts

En aval : vise la satisfaction apportée par le produit ou service étudié au client

Technique de management moderne qui favorise l’innovation, permet de tenir compte de l’environnement interne et externe.

III – à qui profite l’analyse de la valeur

5 – Valeur : r&d + marketing pour tirer le pc vers le haut mais bas cout (externalisation et réduction des couts de production, compétitif en matière de prix)

6 – explique sa position par un bas prix du à une sous-traitance chinoise

Cours :

* Les actionnaires (propriétaire d’une partie du capital de l’entreprise, amélioration de la valeur permet en retour sur investissement, la baisse des couts de production en cas de profit)
* Aux banques
* Entreprise (cherche a mesurer la création et la valeur des entreprise concurrente
* Les clients et les fournisseurs
* Aux rédacteurs

Brainstorming :

Manager va faire un groupe de 5-6 personnes, il est nécessaire dans un premier temps de déterminer :

* Produit étudié
* Objectif étude
* Besoin auquel répond le produit
* Ordre des priorité
* Rechercher solution avec différentes méthode : brainstorming