



Formation au profit des enseignants du département Business Computing

BI avec la méthode GIMSI

Généralités et Application

Présentée par : Dr. Asma Hassani

06/03/2024

1

Le concept GIMSI

GIMSI définit **un cadre méthodologique** afin de mieux formaliser les conditions de réussites du projet Business Intelligence centré sur la problématique du « **tableau de bord** ».

La méthode GIMSI est proposée par **Alain Fernandez**.

La méthode GIMSI est structurée en 10 étapes.

« les nouveaux tableaux de bord des managers » publié en 2003, réédité en 2005, puis en 2008, 2011 enfin en 2013 toujours aux Editions d'Organisation, groupe Eyrolles.

C'est un ouvrage de référence pour la norme **AFNOR** FD X 50-171 Système de management de la qualité Indicateurs et tableaux de bord.

2

2

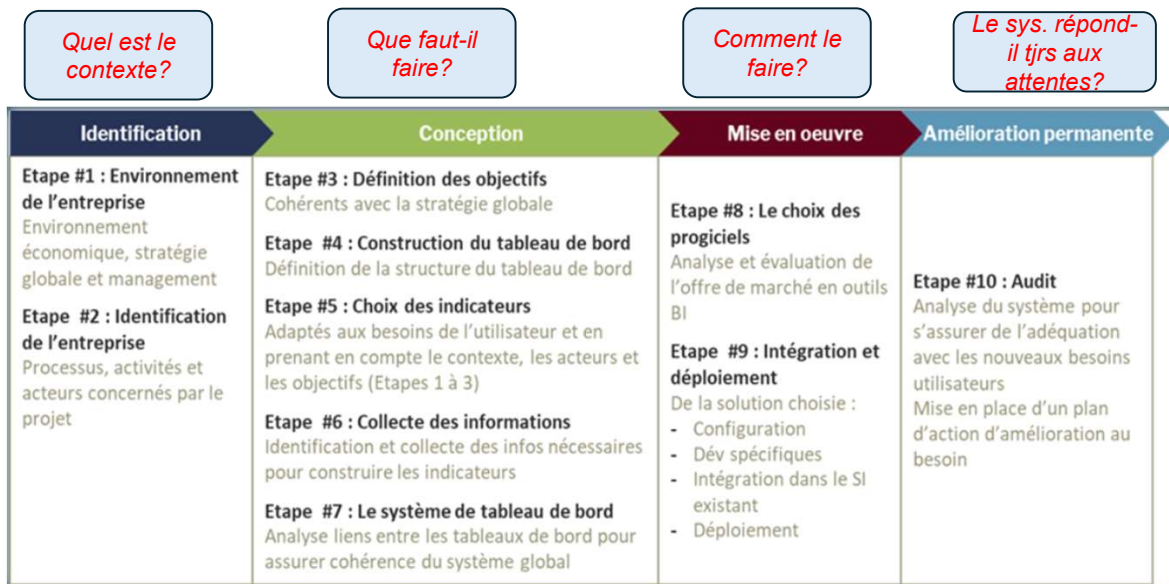
Le concept GIMSI

- Généralisation**: la méthode peut être appliquée à différents domaines (administration, marketing, production) et par tous les types d'organisation (PME, association, Grande entreprise)
- Information**: l'accès à la « bonne » information et le pilier de la prise de décision
- Méthode et Mesure**: GIMSI est une méthode, dont le principe est la Mesure
- Système et Systémique**: l'objectif de la méthode est de mettre en place un Système d'information décisionnel intégré dans le Système d'information de l'entreprise
- Individualité et Initiative**: la méthode encourage l'autonomie des individus pour favoriser la prise d'initiative

3

3

Les étapes de GIMSI



4

Phase 1: Identification

Etape 1: Environnement de l'entreprise

Au cours de cette première étape d'identification, l'entreprise est analysée en termes de :

1. **Marché** : quels sont sa clientèle, sa concurrence, son environnement, ses produits, ses fournisseurs et partenaires... ?
2. **Ressources** : quelle est sa capacité à intégrer des solutions de haute technologie ?
3. **Management** : quel type de management pratique-t-elle et délègue-t-elle les pouvoirs ?
4. **Culture** : quels sont les impacts de la culture d'entreprise sur ses structures ?
5. **Stratégie** : comment se positionne-t-elle sur l'échiquier et comment envisage-t-elle son devenir ?

5

5

Phase 1: Identification

Etape 1: Environnement de l'entreprise



1. Marché

Clientèle : les résidents locaux, les familles...

Concurrence : Les autres supérettes, des épiceries de quartier...

Produits : La supérette propose une gamme de produits alimentaires, des articles ménagers, des boissons,...

Fournisseurs et partenaires : les fournisseurs locaux, les grossistes...

2. Ressources

M. Ahmed et Mlle Afef utilisent une caisse enregistreuse moderne. Mr. Ahmed a investi dans un système de gestion des stocks, et il envisage investir dans un outil pour suivre les commandes et la livraison ...

3. Management

Le management dans la superette est portée sur l'augmentation des ventes ou une forte implication de M. Ahmed dans les opérations quotidiennes.

4. Stratégie

M. Ahmed cherche à se positionner comme un acteur essentiel pour les résidents, en offrant un service optimal aux clients en adoptant une stratégie pour gérer les stocks.

6

6

Phase 1: Identification

Etape 2: Identification de l'entreprise

Au cours de cette deuxième étape d'identification, l'entreprise est analysée en termes de :

1. **Métiers** : quels sont les métiers pratiqués par l'entreprise ?
2. **Processus** : identification des processus concernés par le projet, mise en évidence des points d'interface sensibles.
3. **Activités** : identification de l'ensemble des activités de tous les processus sélectionnés.

7

7

Phase 1: Identification

Etape 2: Identification de l'entreprise



1. Métier



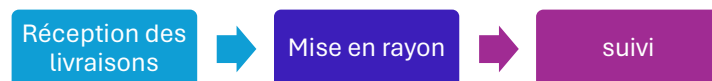
2. Processus

Processus d'achat



3. Les activités

Processus de Gestion de stocks



8

8

Phase 2: Conception

Etape 3: Définition des objectifs

Au cours de cette première étape de conception, les objectifs correspondant à l'application locale de la stratégie choisie sont identifiés.

Chaque objectif sera caractérisé et évalué avant d'être sélectionné selon les 6 critères suivants :

1. Borné : l'objectif est limité dans le temps.
2. Mesurable : définition d'une métrique.
3. Accessible : quels moyens, quelles contraintes, quels risques.
4. Réaliste : quelle méthode d'accès.
5. Fédérateur : adhésion globale.
6. Constructif : contribue aux objectifs globaux.

9

9

Phase 2: Conception

Etape 3: Définition des objectifs

Optimisation de la gestion des stocks



Borné:

Implémenter un système de gestion des stocks automatisé dans un délai de 4 mois.

Mesurable:

Réduire les pertes liées aux invendus et aux surstocks de 20%

Accessible:

Former le personnel à l'utilisation du logiciel (moyen)/ Allouer un budget pour l'achat du logiciel et à la formation (contrainte)

Réaliste:

L'objectif fixé est faisable (contraintes temporelles, financières, humaines, ...)

Fédérateur:

Communiquer sur les bénéfices du système pour le travail quotidien.

Constructif:

Amélioration de la satisfaction des clients grâce à une meilleure disponibilité des produits.

10

10

Phase 2: Conception

Etape 4: Construction de tableau de bord

Au cours de cette deuxième étape de conception, le tableau de bord est défini.

Rôle et fonctions du tableau de bord :

- Le tableau de bord assure une perception cohérente de la mesure de la performance.
- Le tableau de bord ne comporte qu'un nombre d'indicateurs limité: 7 ± 2 indicateurs sont suffisants.
- Le tableau de bord ne comporte que des indicateurs porteurs d'un sens précis pour son utilisateur.
- Le tableau de bord est un instrument personnel et un outil de communication.
- Le tableau de bord est intrinsèquement cohérent.

1. Déterminer les fonctions essentielles du tableau de bord.
2. Proposer des exemples d'indicateurs à inclure dans le tableau de bord.
3. Proposer une structure du tableau de bord.

11

11

Phase 2: Conception

Etape 4: Construction de tableau de bord

1. Les fonctions du TdB:

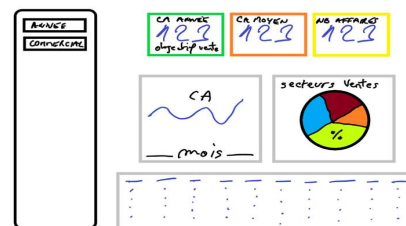
- Suivi des niveaux de stock en temps réel
- Alertes de réapprovisionnement
- Analyse des tendances de vente

2. Exemple d'indicateurs:

- Quantité actuelle par produit/ par catégorie
- Seuil de réapprovisionnement
- Ventes par produits
- Croissance des ventes

3. Structure du TdB:

- Type de graphique pour chaque indicateur
- Couleurs
- Slicers
- Titre
- ...



12

12

Phase 2: Conception

Etape 5: Choix des indicateurs

Chaque indicateur sera caractérisé et évalué avant d'être sélectionné selon les 5 critères suivants :

- ▶ **Temps réel**: il est rafraîchi suffisamment fréquemment afin de permettre la prise de décision dans les meilleures conditions.
- ▶ **Mesure un ou plusieurs objectifs**: il mesure la performance selon un ou plusieurs objectifs.
- ▶ **Induit l'action**: selon l'information portée, il déclenche une ou plusieurs actions.
- ▶ **Constructible**: c'est le résultat de l'étape suivante.
- ▶ **Présentable sur le poste de travail**: il est « ergonomiquement » présentable sur le poste de travail de manière à ce que l'information et le sens porté soient compris le mieux possible.

En résultat, chaque groupe de travail dispose de ses indicateurs pertinents en fonction de ses objectifs de progrès.

Pour chaque indicateur, chaque critère sera noté de 0 à 3.

- 0 : Ne répond pas du tout au critère
- 1 : Répond faiblement au critère
- 2 : Répond assez bien au critère
- 3 : Répond parfaitement au critère

Indicateur	Constructible	Temps réel	Mise à jour	Objectifs	Présentation

13

Phase 2: Conception

Etape 5: Choix des indicateurs



indicateur	Constructible	Temps réel	Mise à jour	Objectifs	Présentation
Quantité actuelle par produit/ par catégorie	3	3	3	3	3
Seuil de réapprovisionnement	3	3	3	3	3
Ventes par produits	3	3	3	3	3
Croissance des ventes	3	1	2	3	3

14

14

Phase 2: Conception

Etape 6: Collecte des informations

Les informations utilisées pour construire les indicateurs sont sélectionnées en fonction des critères suivants :

- ▶ Accessible techniquement:
 - L'information est disponible physiquement : elle est accessible au sein de l'infrastructure existante.
 - L'information est disponible logiquement : elle est nettoyée, vérifiée et consolidée.
- ▶ Disponible « politiquement »: l'acteur produisant ou utilisant habituellement cette information est prêt à en faire partager les règles d'usage.
- ▶ Pérenne: elle ne disparaîtra pas sans prévenir.
- ▶ Degré de confiance: les utilisateurs ont foi en cette information.
- ▶ Coût: on connaît le coût d'obtention de l'information.
- ▶ Simplicité de la règle de construction.

En résultat : la liste des informations utilisées pour bâtir les indicateurs.

15

15

Phase 2: Conception

Etape 6: Collecte des informations



Indicateur	Sources	Pérenne	Coûts
Quantité actuelle par produit/ par catégorie	Système de gestion de stocks	Les données sont maintenues à long terme	un coût opérationnel standard
Seuil de réapprovisionnement	Système de gestion de stocks Système de la caisse	#	#
Ventes par produits	Système de la caisse	#	#
Croissance des ventes	Système de la caisse/ historiques des ventes	#	#

16

16

Phase 2: Conception

Etape 7: Système de Tableau de bord

Cette étape traite la question de la cohérence globale du système de tableaux de bord.

Être autonome, ce n'est pas être isolé. Les décideurs partagent et communiquent, notamment en utilisant des systèmes de messagerie et de groupware. Ils échangent des informations construites et analysées.

C'est ainsi que chacun enrichit sa compréhension des problèmes. Cette approche est grandement préférable aux techniques habituelles de reporting et de consolidations successives qui, au contraire, appauvrissent l'information. Ces échanges de connaissances se déroulent autant dans le sens horizontal que vertical.

Une fois le système en activité, pour éviter les dérives et garantir la cohérence globale avec la stratégie déployée, la direction pourra périodiquement procéder à des audits dans des conditions clairement définies et acceptées.

17

17

Phase 2: Conception

Etape 7: Système de Tableau de bord



Faire une comparaison entre les solutions en fonctions des critères.

Choisir un système de tableau de bord qui répond à ces critères:

Promouvoir la Communication (messagerie, chat avec Mlle Afef)

Fonctionnalités d'Alerte et de Notification

18

18

Phase 3: Mise en œuvre

Etape 8: Choix du progiciel

Le système décisionnel se compose des 3 principaux éléments :

- La collecte avec notamment les outils d'ETL et les datawarehouses, datamart.
- Le déploiement avec les portails et l'Internet/Intranet.
- L'exploitation avec les outils de présentation et d'analyse (OLAP).

Pour sélectionner le produit de présentation adéquat, il est important de commencer par identifier les critères de choix propres à l'entreprise et à son besoin. Les produits seront confrontés et comparés sous l'éclairage de cette grille.

Les Critères:

- Le support technique : Pour des produits aussi complexes que les chaînes décisionnelles, il est recommandé de s'assurer de la qualité du support dans le pays d'installation et de ne pas limiter la grille de sélection aux seuls facteurs traitant de la richesse fonctionnelle.
- La souplesse de configuration : Le système décisionnel ne restera pas figé. Parmi les principaux critères de choix, il sera bon de privilégier les outils souples et aisément configurables par un non-spécialiste de l'informatique. Sa liberté d'action en dépend.
- Le coût des licences : Le coût net des licences ne représente pas toujours la part la plus significative du budget projet. Lorsque les différences de coûts des licences ne sont pas trop disproportionnées, il est préférable de ne pas leur accorder une trop grande importance et de considérer le projet globalement en intégrant les coûts annexes.

19

19

Phase 3: Mise en œuvre

Etape 8: Choix du progiciel

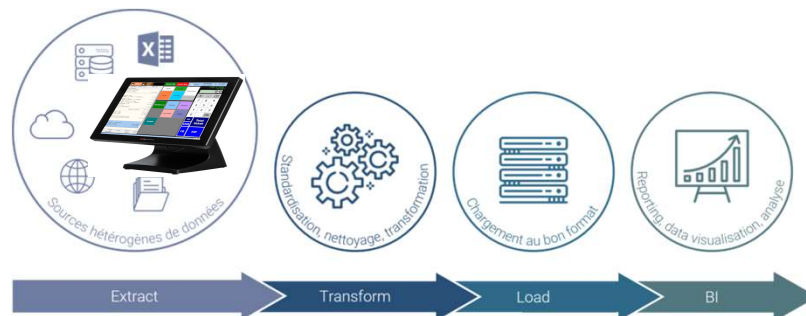


Identifier les Sources de Données : système de caisse, gestion des stocks, fournisseurs, ...

Présenter la chaîne décisionnelle

Processus ETL

Modélisation du datawarehouse/ datamarts / Views/ procédures



20

20

Phase 3: Mise en œuvre

Etape 9: Intégration & Déploiement de la solution

La phase d'intégration et de déploiement n'est pas la plus facile ni la moins coûteuse du projet. Pour bien la préparer, il est bon de tenir compte :

- Des contraintes propres aux produits choisis: formation, adaptations techniques, configuration et personnalisation des outils...;
- Des contraintes propres à l'entreprise: processus, infrastructure existante sur le plan physique et logique... ;
- du coût total: en n'oubliant pas l'ensemble des coûts accessoires ;
- de la durée: il est préférable de répéter plusieurs projets courts que de se lancer dans un projet global.

On considérera également, à leur juste valeur, les questions de sécurité, de maintenance et de documentation.

21

21

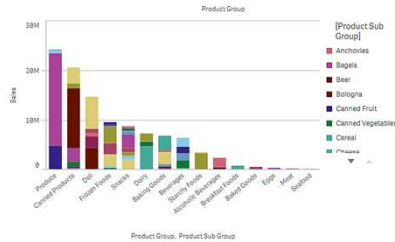
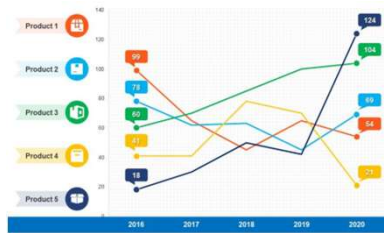
Phase 3: Mise en œuvre

Etape 9: Intégration & Déploiement de la solution



Une fois le diagramme physique du projet défini, nous établirons les tableaux de bord qui correspondent aux besoins de M. Ahmed au niveau de l'outil BI choisi.

- Quantité actuelle par produit/ par catégorie
- Seuil de réapprovisionnement
- Ventes par produits
- Croissance des ventes



22

22

Phase 4: Suivi permanent

Etape 10: Audit du système

Etape 10 : audit du système

L'audit a pour objet d'analyser la pertinence du système installé et de définir les actions nécessaires pour l'améliorer. Il comporte 4 opérations principales :

- Identification des axes d'amélioration : réalisée en fonction des attentes de l'entreprise.
- Interview et collecte des avis : le point de vue valorisé des utilisateurs pour chaque axe.
- Analyse des résultats : repérage des axes devant être améliorés.
- Définitions des actions d'amélioration.

Une bonne étape pour envisager le déploiement à grande échelle : Les résultats de l'audit périodique permettront de juger du moment opportun pour poursuivre le déploiement du système décisionnel. Avec les enseignements apportés par cette phase de mûrissement, le nouveau projet démarrera dans de meilleures conditions.

23

23

Phase 4: Suivi permanent

Etape 10: Audit du système



24

24