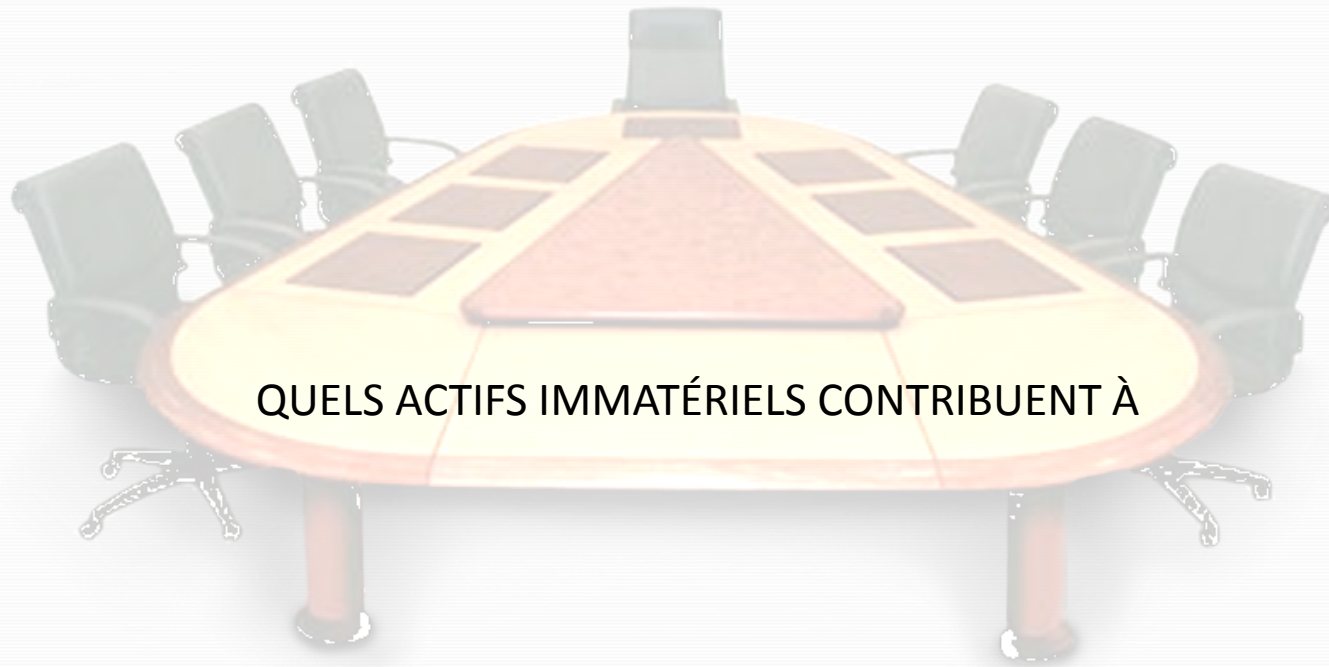


Introduction utilisation outil de mesure

Pour démarrer
Pour identifier
Pour suivre



Source: Thésaurus V1



OBSERVATOIRE de l'immateriel

CONSULTER VOS ACTIFS

MESUREZ VOS ACTIFS

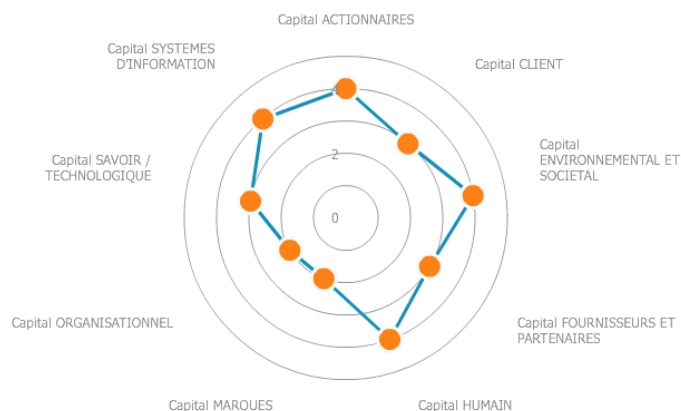
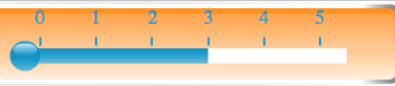


Trimestre d'analyse

Q2-2013

Moyenne des capitaux pour le trimestre

3



Cliquer, dans le graphique de gauche,
sur le capital de votre choix
afin de l'analyser

Libellé	Valeur
ACTIF_LABEL: Capital ACTIONNAIRES	
Compétence de l'actionnariat	4
Fidélité de l'actionnariat	5
Notoriété de l'actionnariat	3
Réserves financières	2
Type d'actionnariat	4
ACTIF_LABEL: Capital CLIENT	
B to B - Part de marché actuelle	2
B to C - Part de marché actuelle	2
Croissance de la part de marché	5
Dépenses moyennes engagées pour fidéliser les clients	1
Durée moyenne des contrats	3
Evol. historique de la marge d'exploitation (EBIT/CA) moyenne réalisée avec les 10 premiers clients	1
Evolution de la part de marché	5
Evolution du «churn rate» des clients (% annuel de clients perdus par rapport à une base existante)	1
Part du CA non recouvré	5
Poids des 10 premiers clients dans le CA	1
Poids des créances à 180 jours (et plus) en pourcentage du total des créances clients	2
Poids des créances à 60 jours (et moins) en pourcentage du total des créances clients	4
Poids des créances à 90 jours (et moins) en pourcentage du total des créances clients	5
Poids du premier client dans le CA	3

Part du CA non recouvré	5
Poids des 10 premiers clients dans le CA	1
Poids des créances à 180 jours (et plus) en pourcentage du total des créances clients	2
Poids des créances à 60 jours (et moins) en pourcentage du total des créances clients	4
Poids des créances à 90 jours (et moins) en pourcentage du total des créances clients	5
Poids du premier client dans le CA	3
Pourcentage de clients fidèles	5
Pourcentage du CA prévisionnel réalisé avec des nouveaux clients dans l'année à venir	1
Pourcentage du CA prévisionnel réalisé avec des nouveaux clients dans les cinq années à venir	1
Pourcentage du CA prévisionnel réalisé avec des nouveaux clients dans les deux années à venir	1
Pourcentage du CA réalisé à partir de contrats	1
Pourcentage du CA réalisé avec les nouveaux clients contractés depuis deux à cinq ans	1
Pourcentage du CA réalisé avec les nouveaux clients contractés depuis moins d'un an	3
Pourcentage du CA réalisé avec les nouveaux clients contractés depuis un à deux ans	1
Qualité du fichier clients	4
Réputation de l'entreprise/produits/marques	5
Satisfaction des clients	5
Suivi du chiffre d'affaires historique réalisé avec les dix principaux clients	4
Système d'analyse de la santé financière des clients	1
Taux historique de renouvellement des contrats échus	4
Utilisation d'un fichier clients	4
ACTIF_LABEL: Capital ENVIRONNEMENTAL ET SOCIÉTAL	
Accès et infrastructures	5
Géographie et climat	5
Recherche	2
Recherche	5
Ressources humaines locales et services	5
Ressources naturelles	3
ACTIF_LABEL: Capital FOURNISSEURS ET PARTENAIRES	
Criticité	1
Défauts à la livraison	3
Délais	4
Efficacité	4
Évaluation de la qualité	4
Évaluation du prix	4
Lourdeur de gestion des fournisseurs pour ce produit	1
Qualité	4
Rentabilité	4
Risque de rupture d'approvisionnement	5
Satisfaction globale	5
Type de partenaires pour ce produit / note allant de A à E	1
Volumes	1
ACTIF_LABEL: Capital HUMAIN	
Absentéisme	5
Adéquation diplôme (ou VAE) et fonction	4
Ancienneté dans le poste	4
Ancienneté dans le secteur ou métier	4
Baromètre social	5
Compétence dans la fonction actuelle (quelque soit l'ancienneté)	5
Compétence des encadrants	5
Compétence des managers	5
Cooptation	3
Disponibilité / amplitude horaire	4
Disponibilité des experts	4
Engagement dans la vie de l'entreprise	5
Fidélité des collaborateurs	5
Indicateurs d'ambiance positive	4
Indicateurs de stress des salariés	5
Indicateurs de tensions sociales	5
Niveau d'encadrement	4

Libellé	Valeur
▣ ACTIF_LABEL: Capital ACTIONNAIRES	
▣ ACTIF_LABEL: Capital CLIENT	
B to B - Part de marché actuelle	2
B to C - Part de marché actuelle	2
Croissance de la part de marché	5
Dépenses moyennes engagées pour fidéliser les clients	1
Durée moyenne des contrats	3
Evol. historique de la marge d'exploitation (EBIT/CA) moyenne réalisée avec les 10 premiers clients	1
Evolution de la part de marché	5
Evolution du «churn rate» des clients (% annuel de clients perdus par rapport à une base existante)	1
Part du CA non recouvré	5
Poids des 10 premiers clients dans le CA	1
Poids des créances à 180 jours (et plus) en pourcentage du total des créances clients	2
Poids des créances à 60 jours (et moins) en pourcentage du total des créances clients	4
Poids des créances à 90 jours (et moins) en pourcentage du total des créances clients	5
Poids du premier client dans le CA	3
Pourcentage de clients fidèles	5
Pourcentage du CA prévisionnel réalisé avec des nouveaux clients dans l'année à venir	1
Pourcentage du CA prévisionnel réalisé avec des nouveaux clients dans les cinq années à venir	1
Pourcentage du CA prévisionnel réalisé avec des nouveaux clients dans les deux années à venir	1
Pourcentage du CA réalisé à partir de contrats	1
Pourcentage du CA réalisé avec les nouveaux clients contractés depuis deux à cinq ans	1
Pourcentage du CA réalisé avec les nouveaux clients contractés depuis moins d'un an	3
Pourcentage du CA réalisé avec les nouveaux clients contractés depuis un à deux ans	1
Qualité du fichier clients	4
Réputation de l'entreprise/produits/marques	5
Satisfaction des clients	5
Suivi du chiffre d'affaires historique réalisé avec les dix principaux clients	4
Système d'analyse de la santé financière des clients	1
Taux historique de renouvellement des contrats échus	4
Utilisation d'un fichier clients	4
▣ ACTIF_LABEL: Capital ENVIRONNEMENTAL ET SOCIETAL	
▣ ACTIF_LABEL: Capital FOURNISSEURS ET PARTENAIRES	
▣ ACTIF_LABEL: Capital HUMAIN	
Absentéisme	5
Adéquation diplôme (ou VAE) et fonction	4
Ancienneté dans le poste	4
Ancienneté dans le secteur ou métier	4
Baromètre social	5
Compétence dans la fonction actuelle (quelque soit l'ancienneté)	5
Compétence des encadrants	5
Compétence des managers	5
Cooptation	3
Disponibilité / amplitude horaire	4
Disponibilité des experts	4
Engagement dans la vie de l'entreprise	5
Fidélité des collaborateurs	5
Indicateurs d'ambiance positive	4
Indicateurs de stress des salariés	5
Indicateurs de tensions sociales	5
Niveau d'encadrement	4
Niveau d'expertise dans l'équipe	4
Potentiel d'évolution	4
Productivité et qualité	4
Quantitatif hiérarchique	4
Richesse du dialogue social	4
▣ ACTIF_LABEL: Capital MARQUES	
▣ ACTIF_LABEL: Capital ORGANISATIONNEL	
▣ ACTIF_LABEL: Capital SAVOIR / TECHNOLOGIQUE	
▣ ACTIF_LABEL: Capital SYSTEMES D'INFORMATION	

Trimestre d'analyse

Q2-2013

Moyenne des capitaux pour le trimestre

3

0

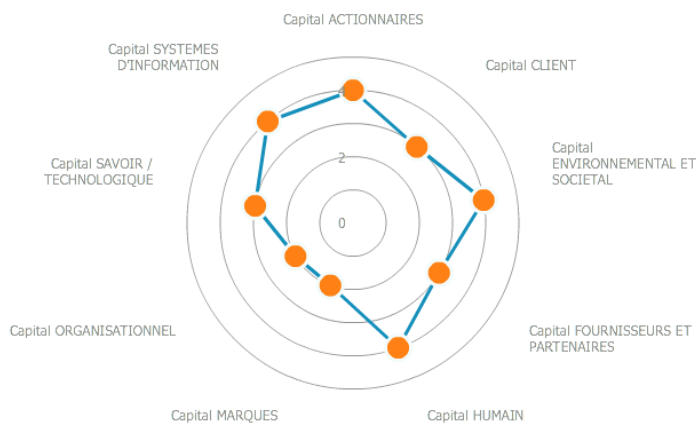
1

2

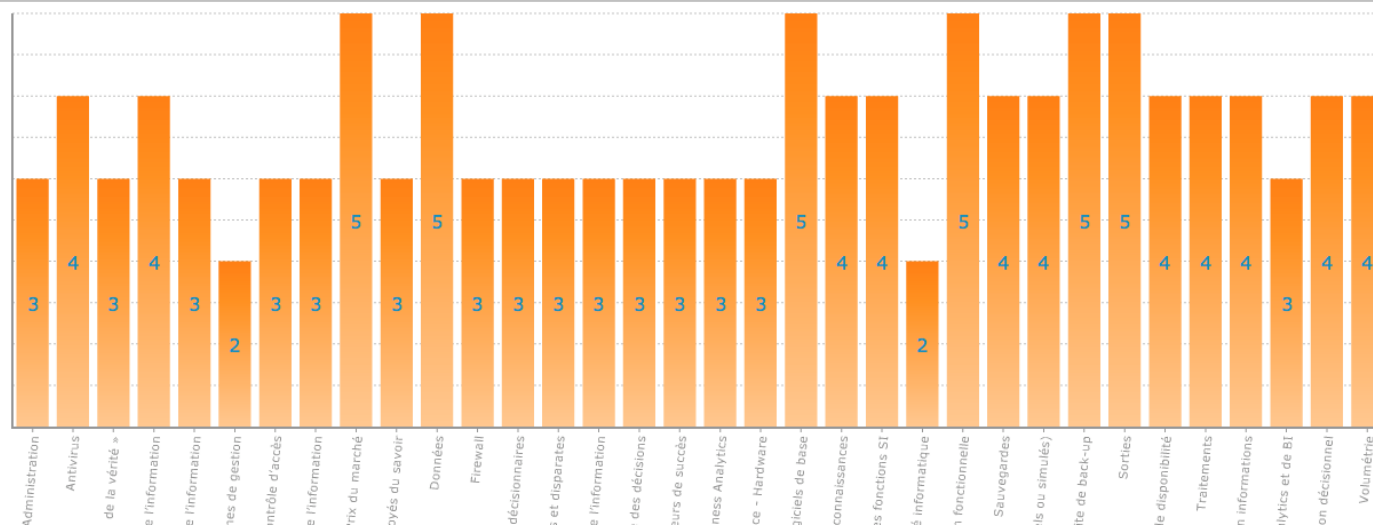
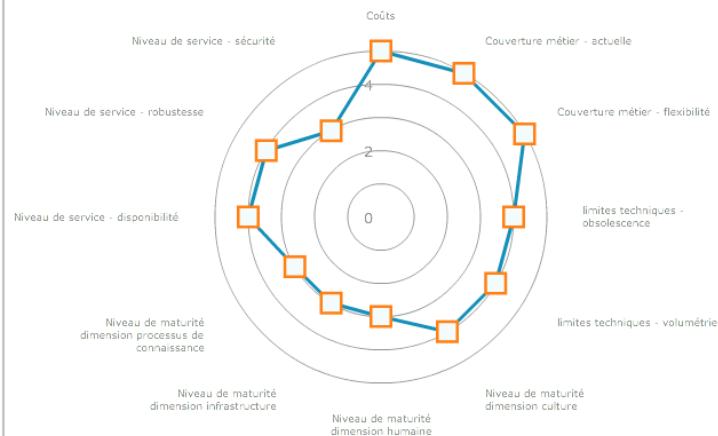
3

4

5



Capital SYSTEMES D'INFORMATION



151.236.46.205

Capital SYSTEMES D'INFORMATION

Niveau de maturité – dimension culture

Perception des technologies de l'information et des fonctions SI

Attitude vis-à-vis de la qualité de l'information

L'information pour les business lines est à la base des décisions

Coopération et partage de l'information

151.236.46.205

Capital SYSTEMES D'INFORMATION

Niveau de service - sécurité

Sinistres (réels ou simulés)

Administration

Firewall

Contrôle d'accès

Antivirus

151.236.46.205

Capital SYSTEMES D'INFORMATION

Niveau de service - robustesse

Back-up

Plan de sécurité informatique

Sauvegardes

151.236.46.205

Capital SYSTEMES D'INFORMATION

Niveau de maturité – dimension infrastructure

Utilisation de solutions de Business Analytics et de BI

Architecture décisionnelle qui supporte « une vision de la vérité »

Intégration de données hétérogènes et disparates

Capture, mise en forme et maintenance de l'information

Information disponible pour les décisionnaires

151.236.46.205

Capital SYSTEMES D'INFORMATION

Couverture métier - actualité

Traitements

Données

Sorties

Volumétrie

151.236.46.205

Capital SYSTEMES D'INFORMATION

Niveau de maturité – dimension processus et connaissance

Transformation des données en informations

Collecte et feedback dans les systèmes de gestion

Justesse et qualité de l'information

Partage de l'information et des connaissances

Métriques et facteurs de succès

Taux de disponibilité

Réactivité pour une évolution fonctionnelle



MESURER VOS ACTIFS

Période d'analyse : Q1-2016

Login : obsimat11

Critère de sélection

Trimestre d'analyse

Q1-2016

Actif

Tous

Tous

Capital ACTIONNAIRES

Capital CLIENT

Capital ENVIRONNEMENTAL ET SOCIETAL

Capital FOURNISSEURS ET PARTENAIRES

Capital HUMAIN

Capital MARQUES

Tous

ENREGISTRER

RAFRAICHIR

[Consulter vos actifs](#)
[Retour au menu principal](#)

ACTIF_LABEL ^

#	CRITERE_LABEL	KPI_LABEL	METRICVALUE	LASTMODIFIEDDATE	TRANSACTIONDATE	TRANSACTIONQUARTER
ACTIF_LABEL: Capital ACTIONNAIRES						
<input type="radio"/>	Qualités collectives – réserves financières	Réserves financières	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 4	26/01/2016 12:55	26/01/2016 12:55	Q1-2016
<input type="radio"/>	Qualités collectives - type	Type d'actionariat	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 4	26/01/2016 12:56	26/01/2016 12:56	Q1-2016
			<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 4			
ACTIF_LABEL: Capital CLIENT						
<input type="radio"/>	Pour les clients B to B – dynamique de marché	Evolution de la part de marché	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 5	26/01/2016 12:59	26/01/2016 12:59	Q1-2016
			<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 5			
ACTIF_LABEL: Capital HUMAIN						
<input type="radio"/>	Qualités individuelles moyennes - fidélité	Fidélité des collaborateurs	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 5	29/01/2016 10:02	29/01/2016 10:02	Q1-2016
			<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 5			
			<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 5			