EM Chap. 5 Chaine de valeur

1. La méthode de l’analyse de la valeur
2. Objectif

Abaisser le cout de production total de production en recherchant des économies réalisables sur chaque poste de dépense (du maillon de la chaine) sans réduire la qualité.

L’analyse des différentes fonctions d’un produit permettra de vérifier si elle (la fonction) correspond à un besoin réelle, quelle est sont cout et comment peut-il être réduit, l’entreprise éliminera les couts qui n’apportent pas de plus value.

1. L’interdépendance des activités

M.Porter montre que les différentes activités au long de la chaine de valeur sont liées, une coordination de ces liens augmentera la valeur perçu par le client, cette coordination nécessitera une politique d’information et de formation efficace.

-Knowledge management

1. Les différentes étapes de l’AV (analyse de valeur)

-La phase préparatoire (déterminer la cible, délais, la tache)

-Phase d’information (rassemble les infos)

-Phase d’analyse (analyser les couts)

-Phase de création (générer des idées)

-Évaluation (différentes solutions obtenues)

-Implémentation (installation, on met en place la solut°)

1. L’apport des TIC dans la chaine de valeur