



AMELIORATION CONTINUE

Etre dans une organisation en constante évolution

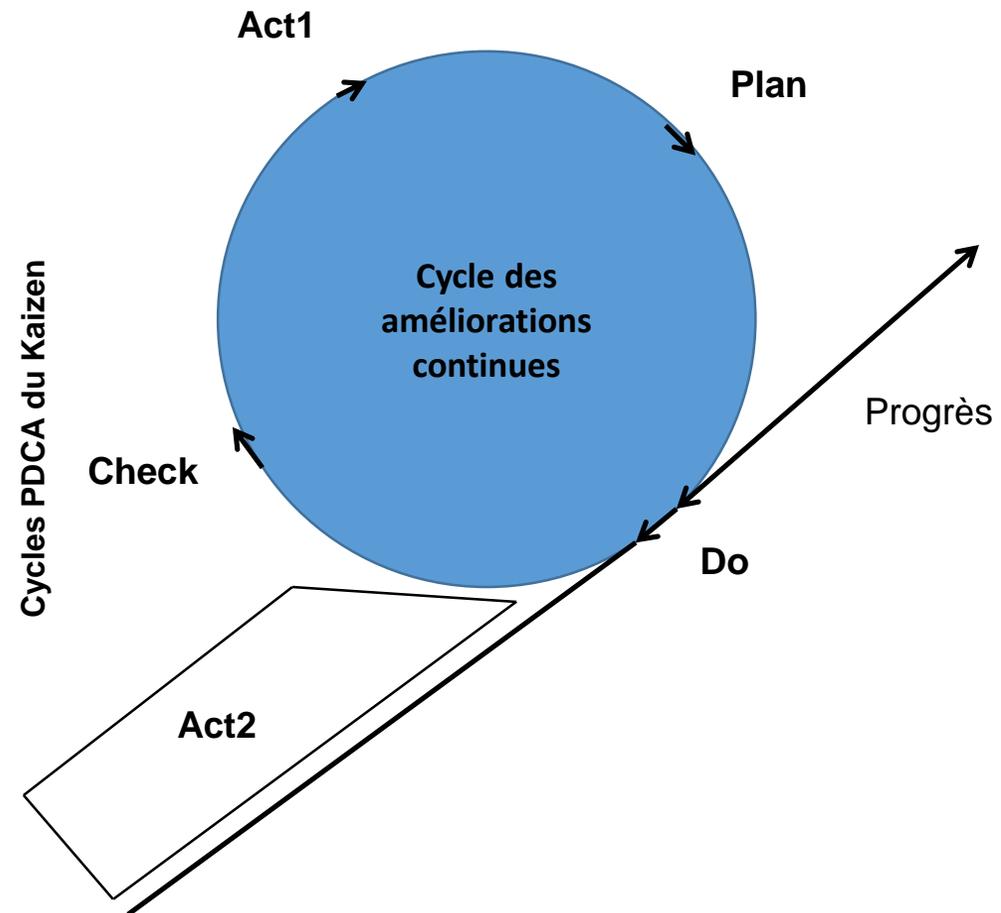
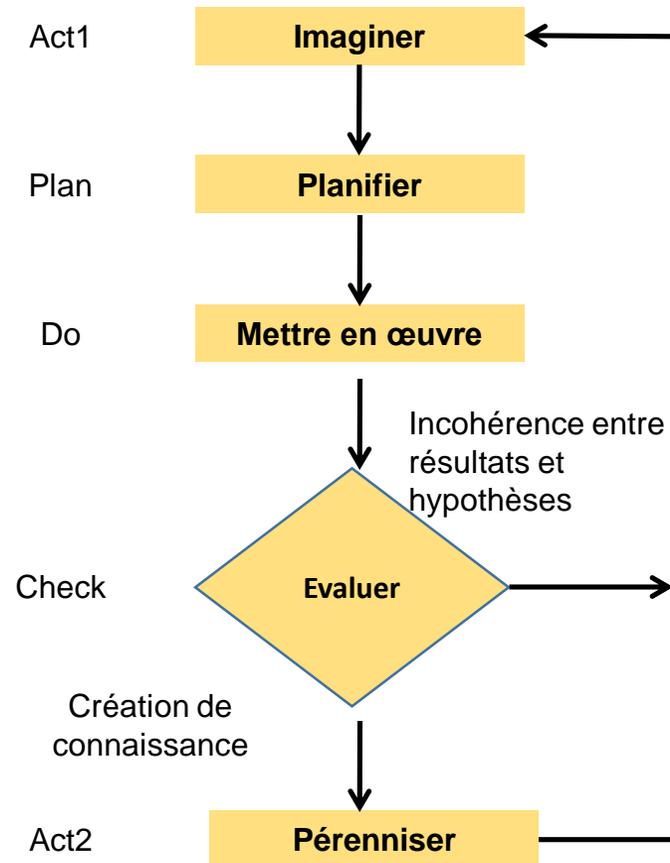
Formateur : Jean-François CANDAS

jf.candas@albatre-qualite.com

www.albatre-qualite.com

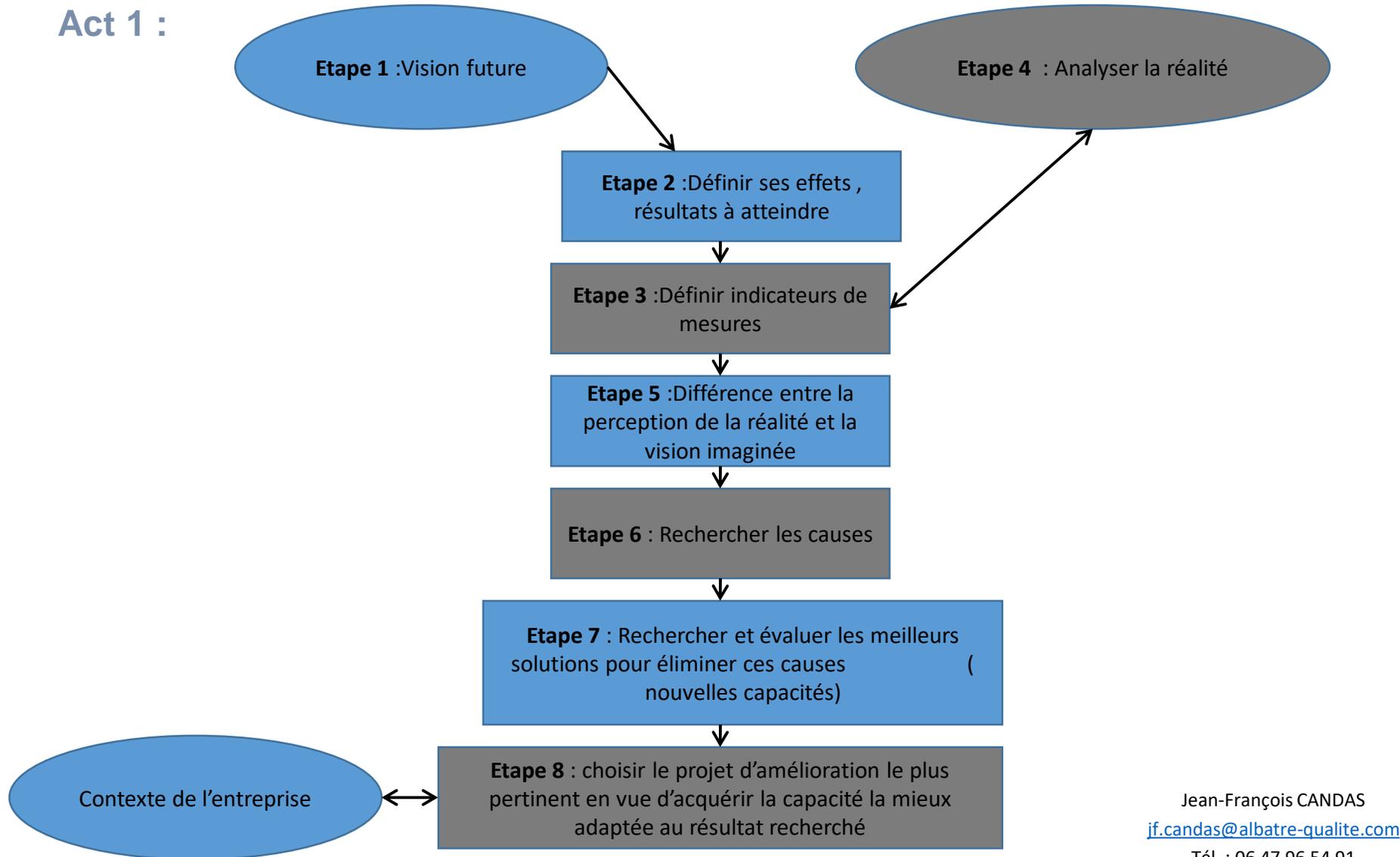
Tél. : 06 47 96 54 91

INSTAURER UN PROCESSUS D'AMELIORATIONS CONTINUES



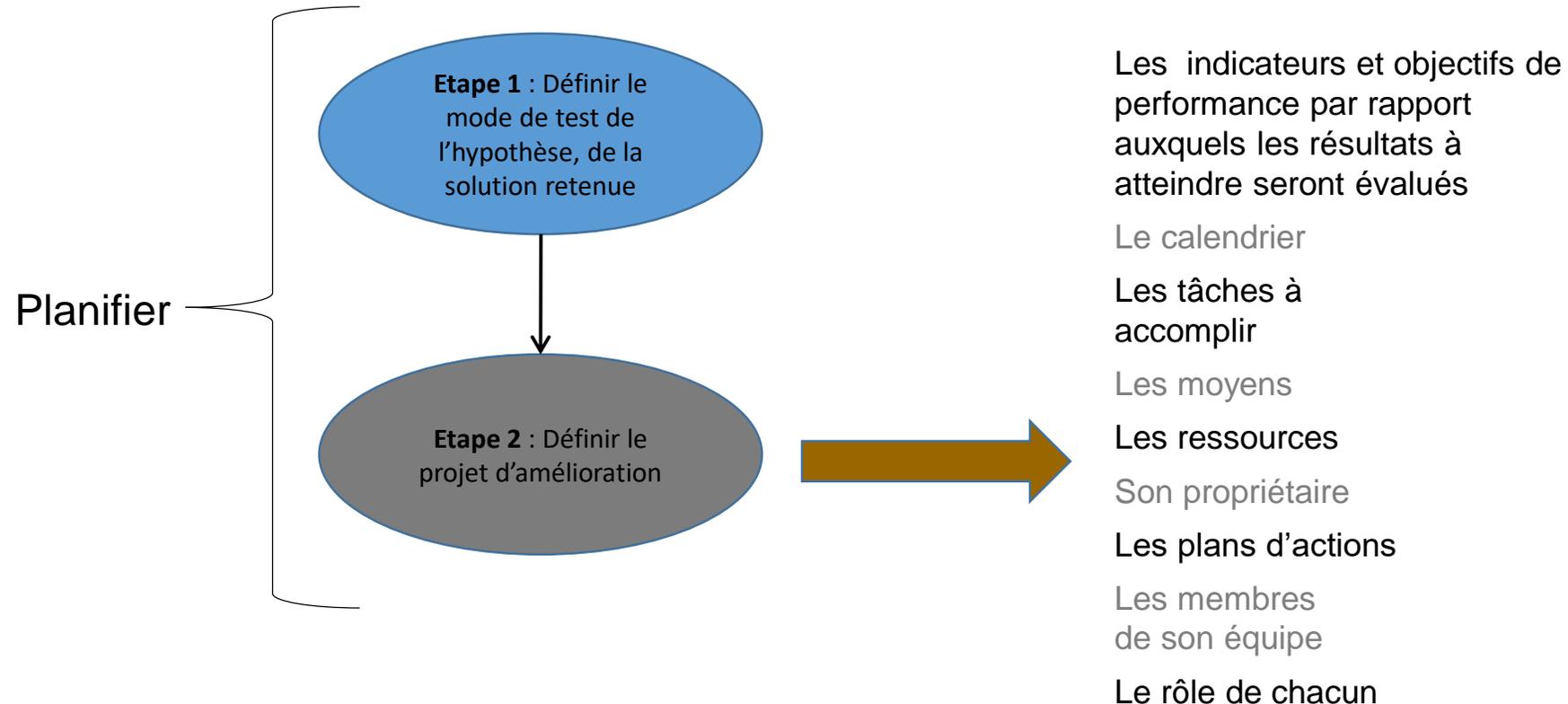
INSTAURER UN PROCESSUS D'AMELIORATIONS CONTINUES

Act 1 :



INSTAURER UN PROCESSUS D'AMELIORATIONS CONTINUES

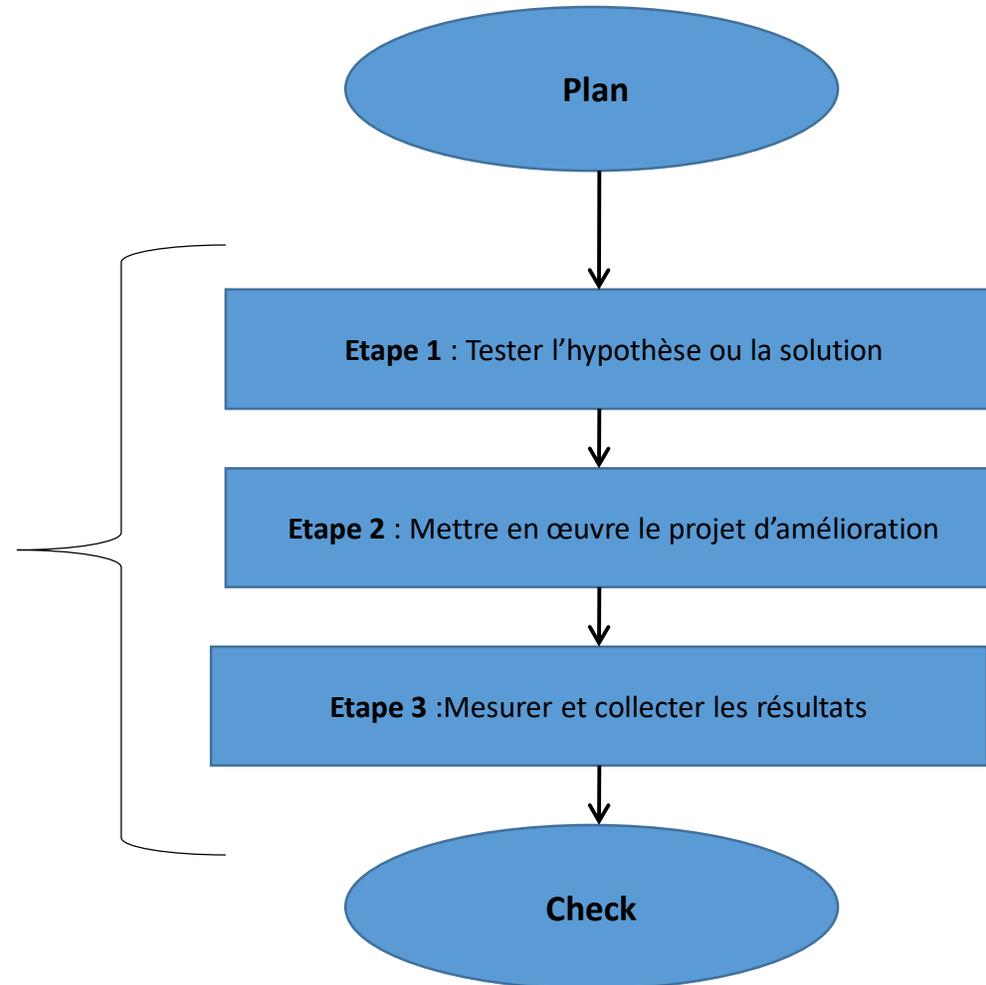
Plan :



INSTAURER UN PROCESSUS D'AMELIORATIONS CONTINUES

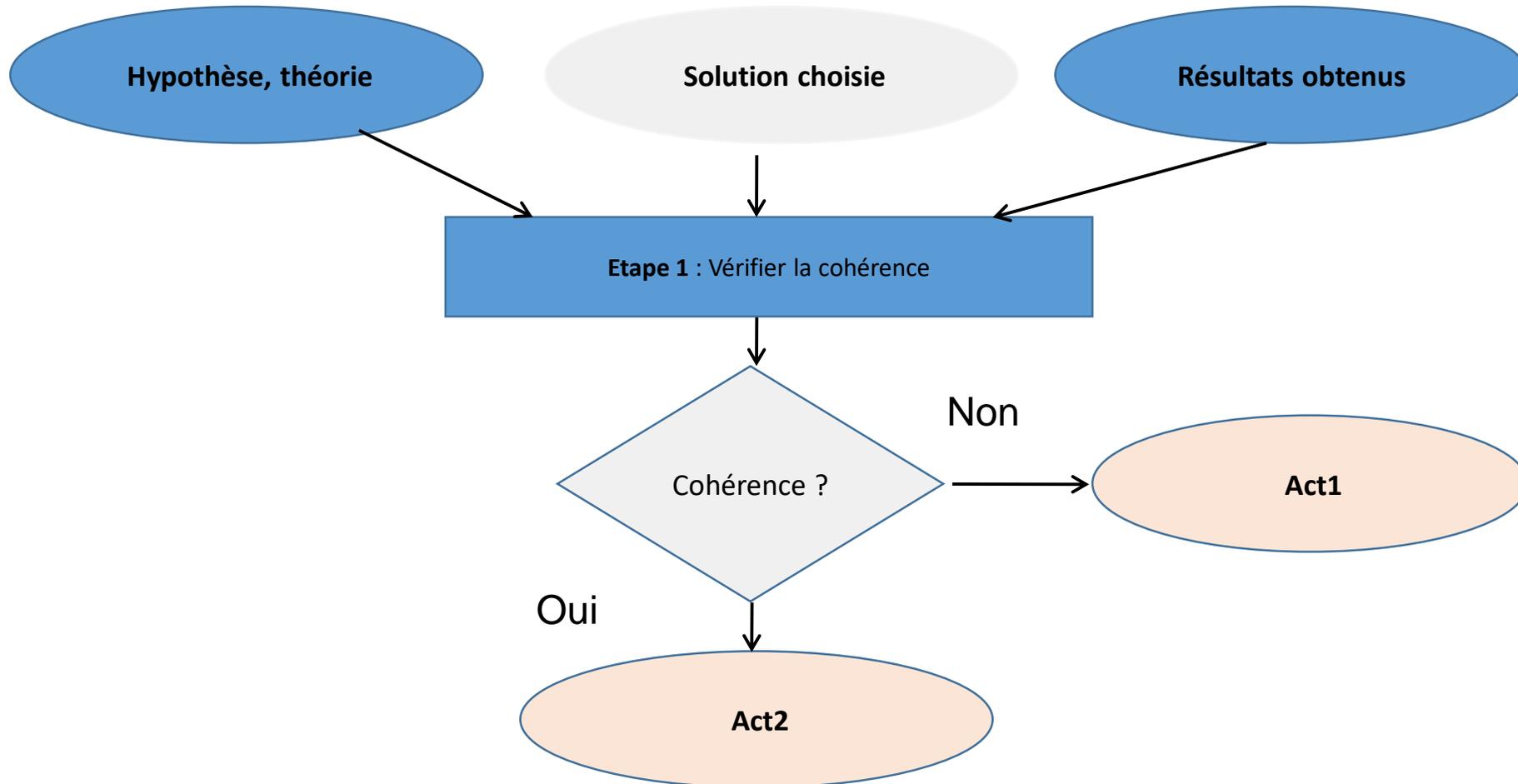
Do :

Faire



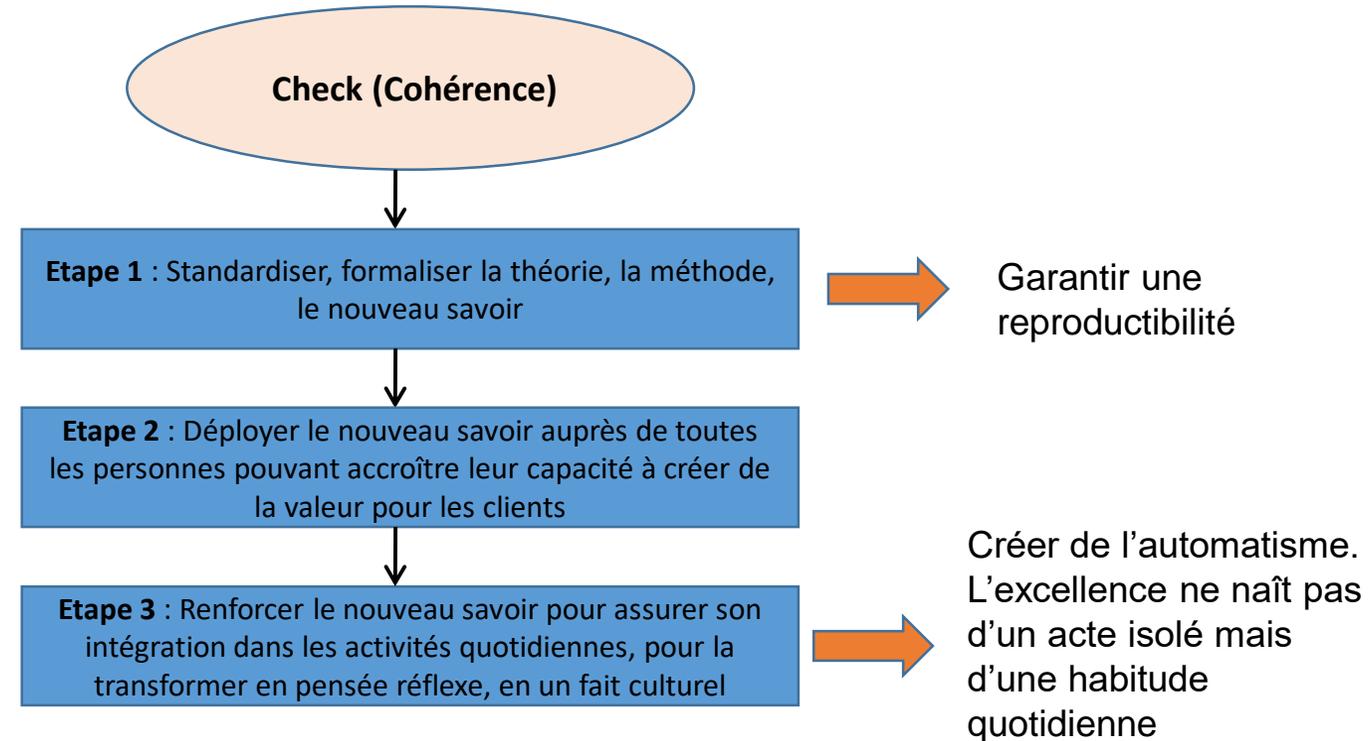
INSTAURER UN PROCESSUS D'AMELIORATIONS CONTINUES

Check :

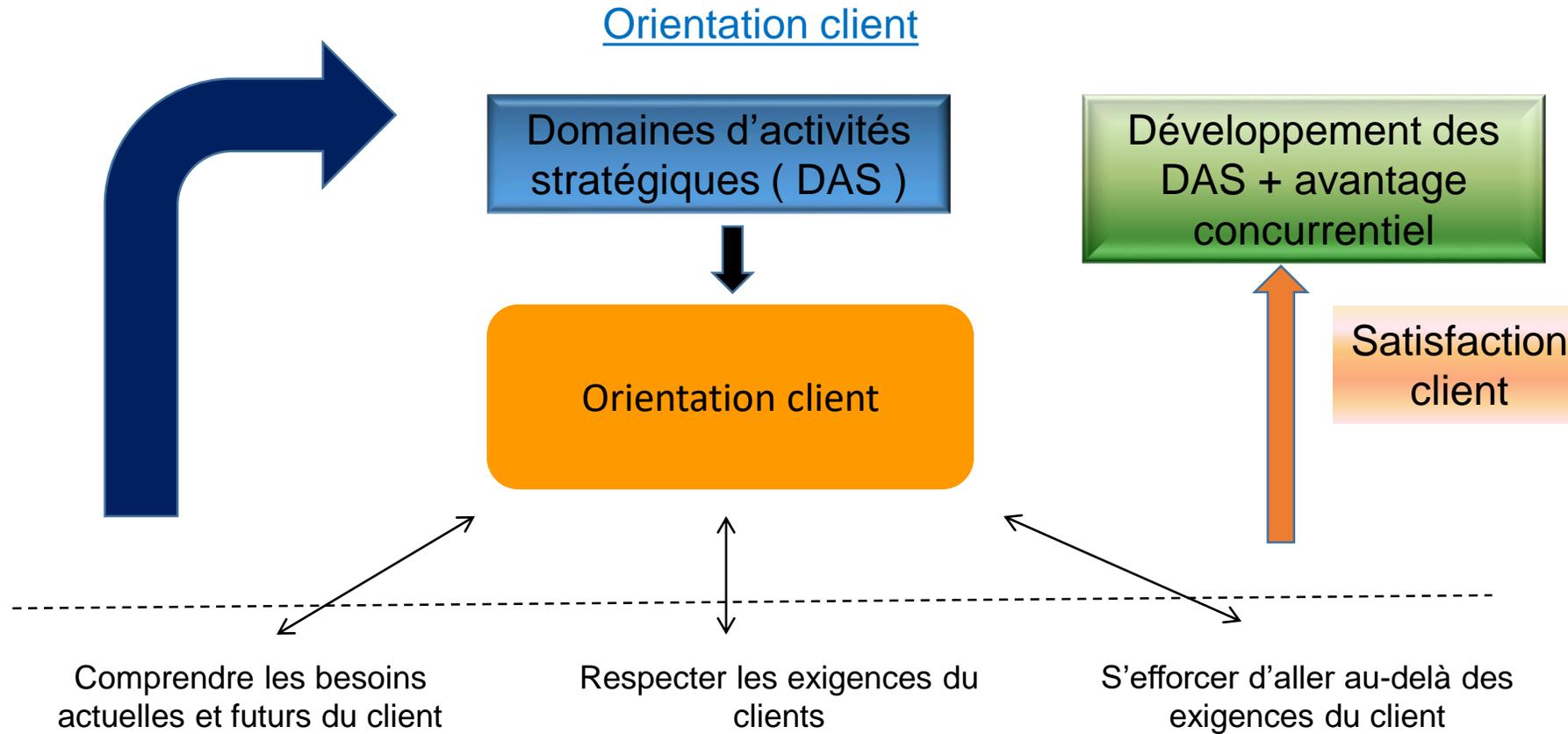


INSTAURER UN PROCESSUS D'AMELIORATIONS CONTINUES

Act 2 :



Analyse du contexte, des enjeux externes et internes de l'entreprise (ISO 9001:2015)



Analyse du contexte, des enjeux externes et internes de l'entreprise

Norme ISO
9001 :2015

L'organisme doit déterminer les enjeux externes et internes pertinents par rapport à sa finalité et son orientation stratégique, et qui influent sur sa capacité à obtenir le(s) résultat(s) attendu(s) de son système de management de la qualité.

Orientations
stratégiques

Définir les domaines d'activités stratégiques (DAS) = Technologie/activité + produit + marché

Stratégie

Développement du CA/Maintien du CA/Diminution du CA/Abandon du CA/Etude potentiel du CA



Avantage concurrentiel

Capacité distinctives à développer

Analyse du contexte, des enjeux externes et internes de l'entreprise

Norme ISO
9001 :2015

L'organisme doit déterminer les enjeux externes et internes pertinents par rapport à sa finalité et son orientation stratégique, et qui influent sur sa capacité à obtenir le(s) résultat(s) attendu(s) de son système de management de la qualité.

Orientations
stratégiques

Définir les domaines d'activités stratégiques (DAS) = Technologie/activité + produit + marché

Stratégie

Développement du CA/Maintien du CA/Diminution du CA/Abandon du CA/Etude potentiel du CA



Avantage concurrentiel

Capacités distinctives à développer

Le management stratégique se préoccupe de la pérennité de l'entreprise. Pour ce faire, il s'organise pour acquérir toutes les formes de capacités distinctives permettant à l'entreprise d'atteindre un avantage concurrentiel exclusif et durable sur ses marchés.

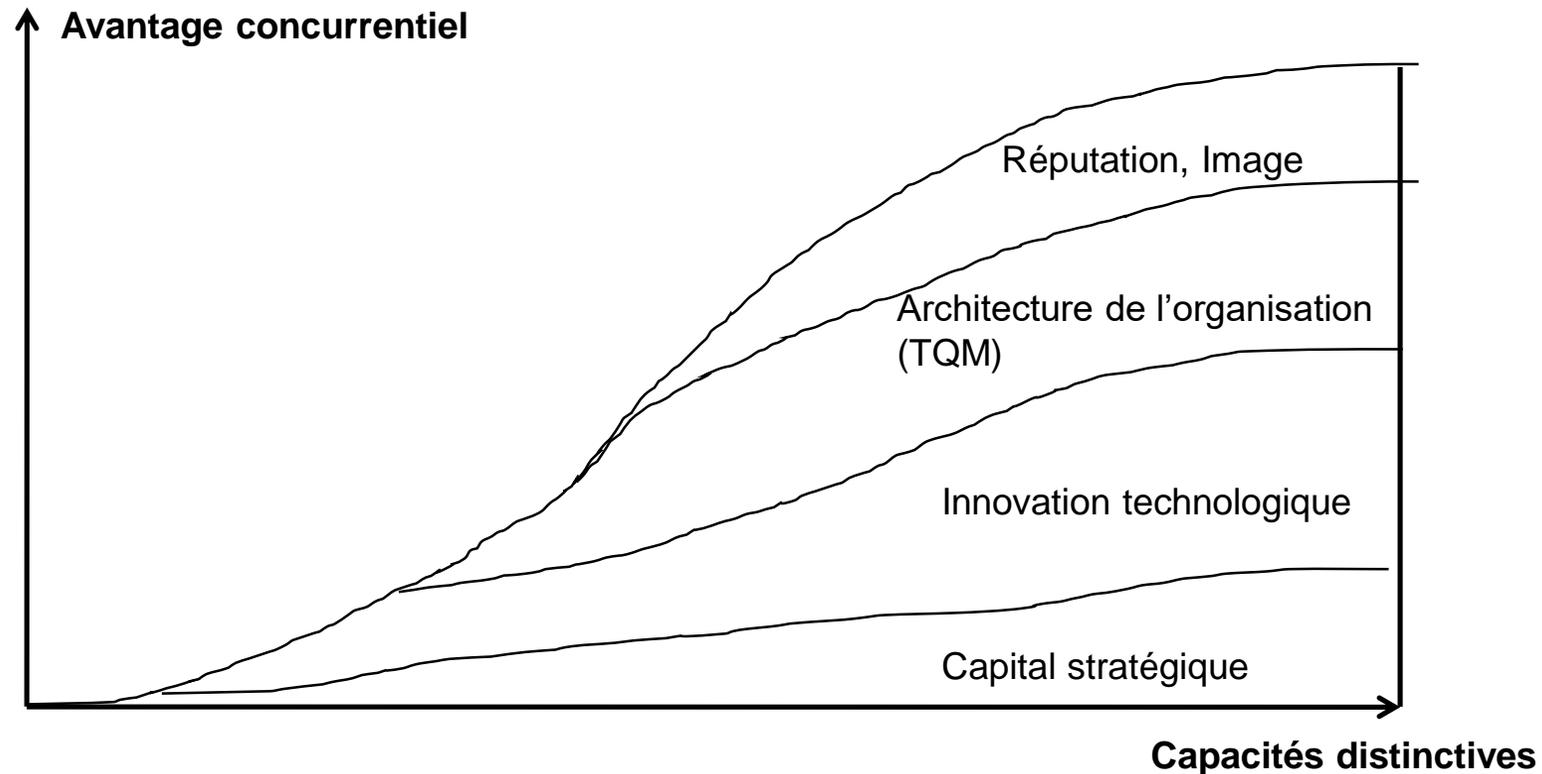
Analyse du contexte, des enjeux externes et internes de l'entreprise

La recherche de l'excellence en management par la qualité totale consiste à faire que l'entreprise soit durablement plus efficace et plus efficiente que ses concurrents, aux yeux de ses parties prenantes servies, afin d'acquérir un avantage concurrentiel.

Position (Efficacité relative)	Position concurrentielle non confortée par des capacités distinctives suffisantes	Avantage concurrentiel
	Stratégie inadaptée	Capacités distinctives supérieures mais inadaptées au marché servi
	Faible	Forte

Degré de maîtrise des capacités distinctives (Efficience relative)

Analyse du contexte, des enjeux externes et internes de l'entreprise



Le management stratégique a pour mission de développer avec cohérence l'ensemble des capacités distinctives de l'entreprise susceptibles de lui procurer un avantage concurrentiel exclusif et durable. Le SMQ se focalise essentiellement sur l'excellence de l'efficacité et de l'efficience opérationnelles de l'architecture de l'organisation.

Analyse du contexte, des enjeux externes et internes de l'entreprise

•Capital stratégique

Il peut résulter de décisions réglementaires ou législatives. Monopole d'état ou en raison d'investissement sur le même marché trop important par un concurrent. Un brevet, une licence exploitation exclusive.

• Innovation technologique

Capacité de l'entreprise à développer et à renouveler constamment, et plus rapidement que ses concurrents, ses propres technologies susceptibles d'apporter une valeur ajoutée supérieure à ses clients et donc avoir un avantage concurrentiel.

Analyse du contexte, des enjeux externes et internes de l'entreprise

- **Architecture de l'organisation**

La capacité distinctive de l'entreprise sur le plan de son architecture consiste à innover et à se renouveler sans cesse pour accroître constamment son efficacité et son efficience, plus rapidement que ses concurrents. Les technologies internet vont transformer de manière radicale et accélérer le développement de cette forme de capacité distinctive.

- **Réputation, image de marque**

Une réputation est attaché à un nom. C'est le fondement de la marque. La réputation est le mécanisme commercial le plus important dont dispose l'entreprise pour faire prendre conscience à ses clients finaux de la valeur de ses produits. Une grande réputation contribue à faciliter les décisions achats, à fidéliser les clients et réduire les coûts de recrutement.

Analyse du contexte, des enjeux externes et internes de l'entreprise

L'organisme doit déterminer :

- a) les parties intéressées qui sont pertinentes dans le cadre du système de management de la qualité ;
- b) les exigences de ces parties intéressées qui sont pertinentes dans le cadre du système de management de la qualité.

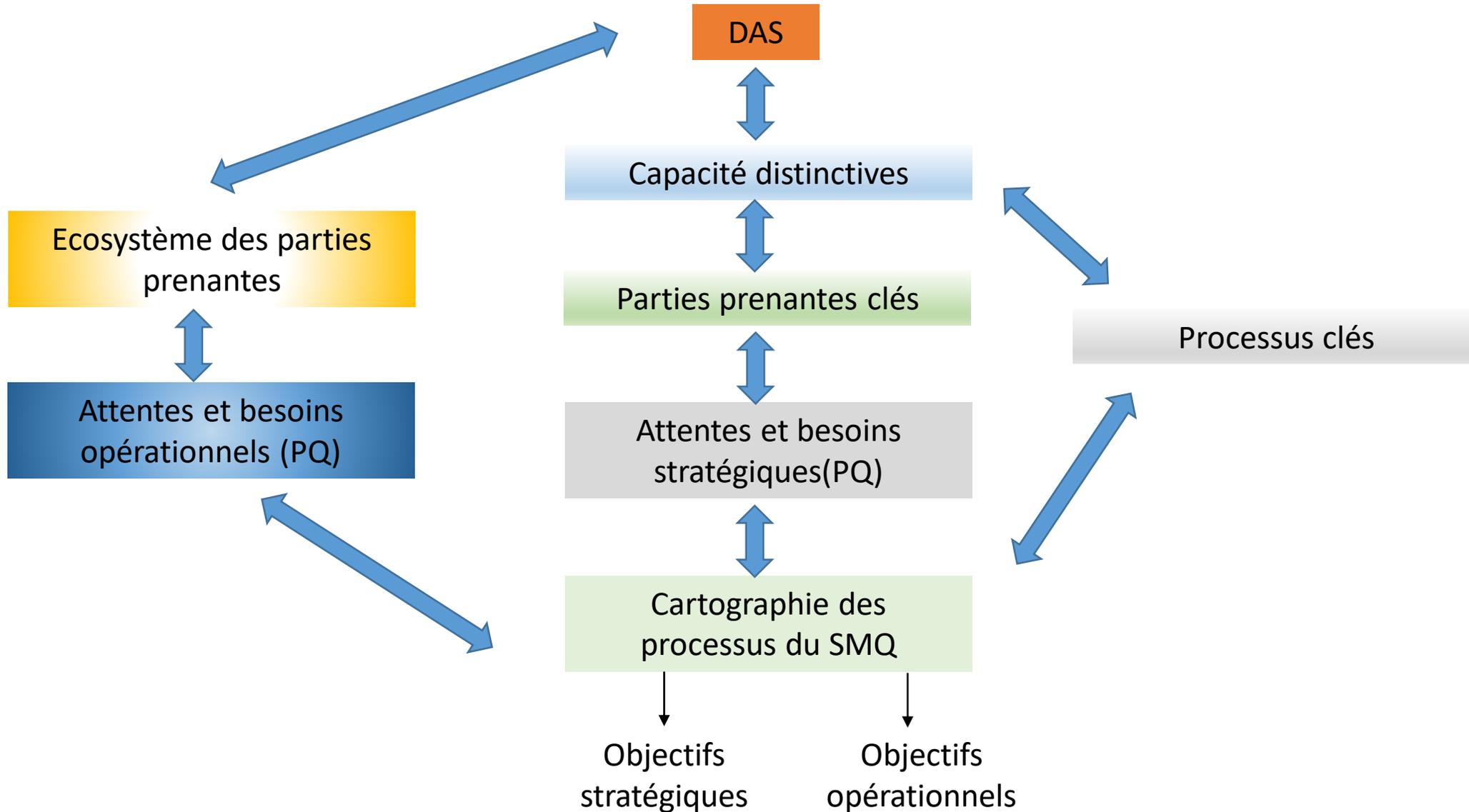
Norme ISO 9001 :2015

Déterminer les limites et l'applicabilité du système de management de la qualité afin d'établir son domaine d'application.

Lorsqu'il établit ce domaine d'application, l'organisme doit prendre en compte :

- a) les enjeux externes et internes auxquels il est fait référence en 4.1 ;
- b) les exigences des parties intéressées pertinentes auxquelles il est fait référence en 4.2 ;
- c) les produits et services de l'organisme

Analyse du contexte, des enjeux externes et internes de l'entreprise



Descriptif d'un processus

