



VALUE DESIGN

ÊTRE UTILE ET SUFFISANT



ANALYSE DE LA VALEUR
VALUE ANALYSIS
CANADA



UNIVERSITÉ de la VALEUR
VALUE UNIVERSITY

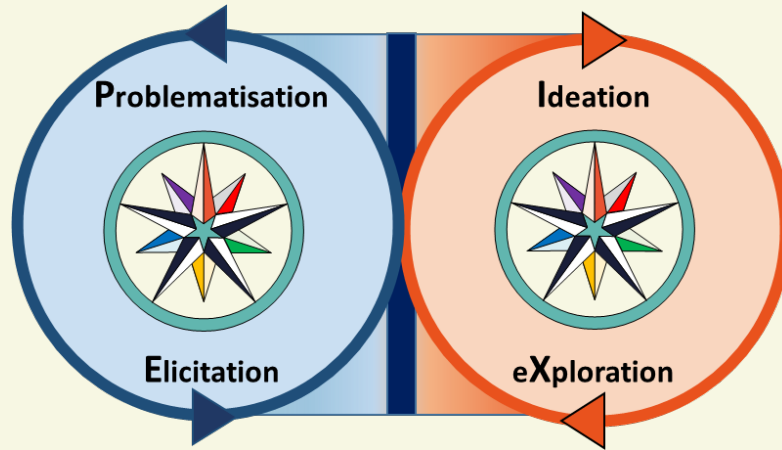


VALUE DESIGN

UNE NOUVELLE MÉTHODE D'ANALYSE DE LA VALEUR

Mardi 22 octobre 2024 | Analyse de la Valeur Canada

Une démarche

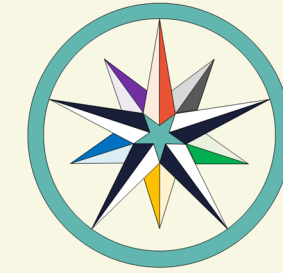


Le cycle de PEIX™

Un outil

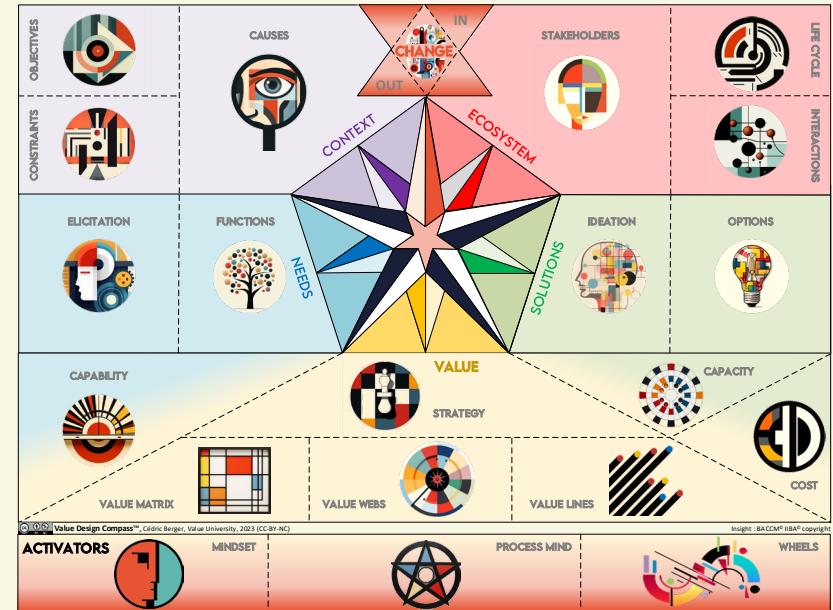


Un référentiel

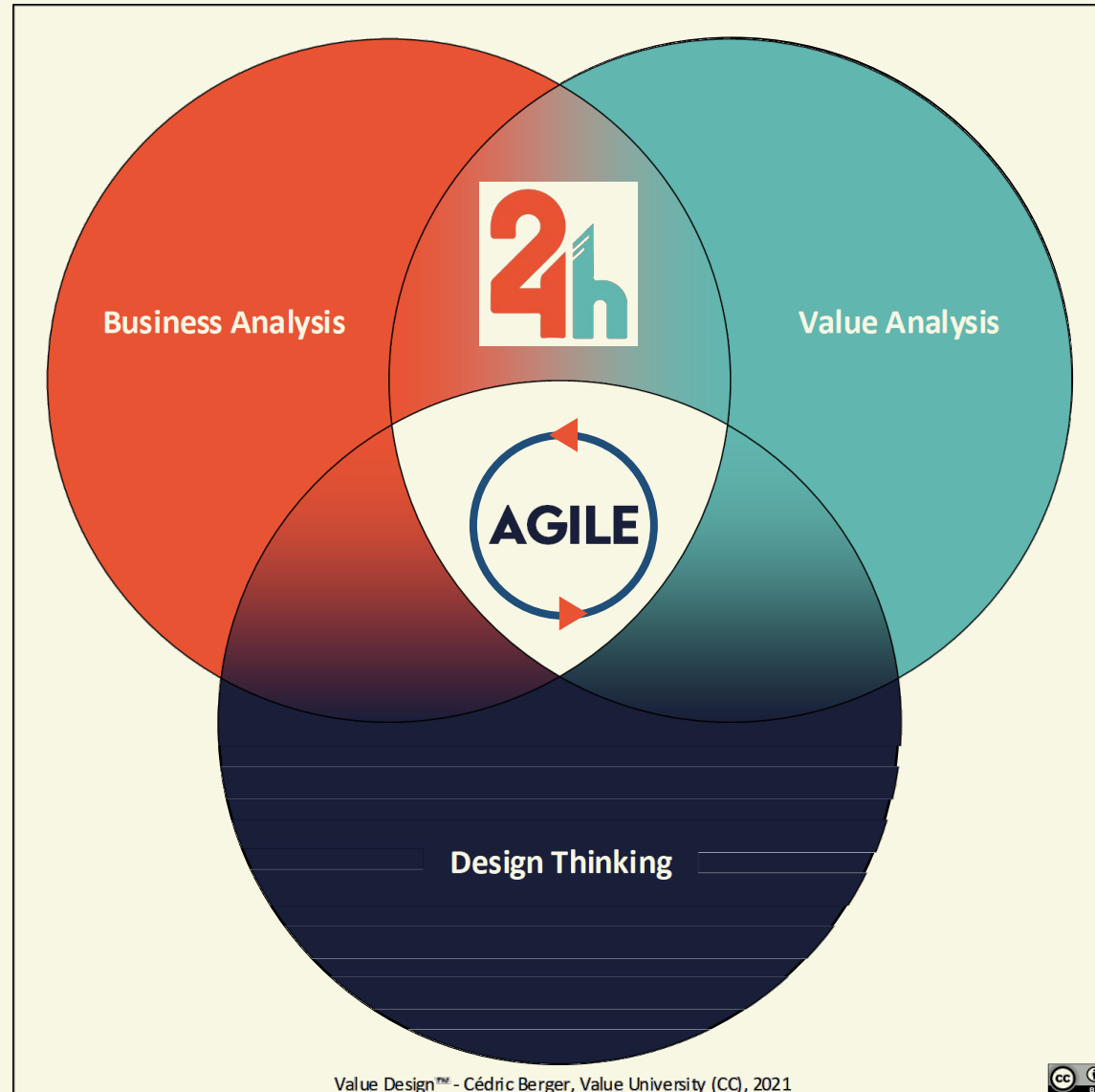


VALUE DESIGN COMPASS™

Business Value Analysis & Design Framework

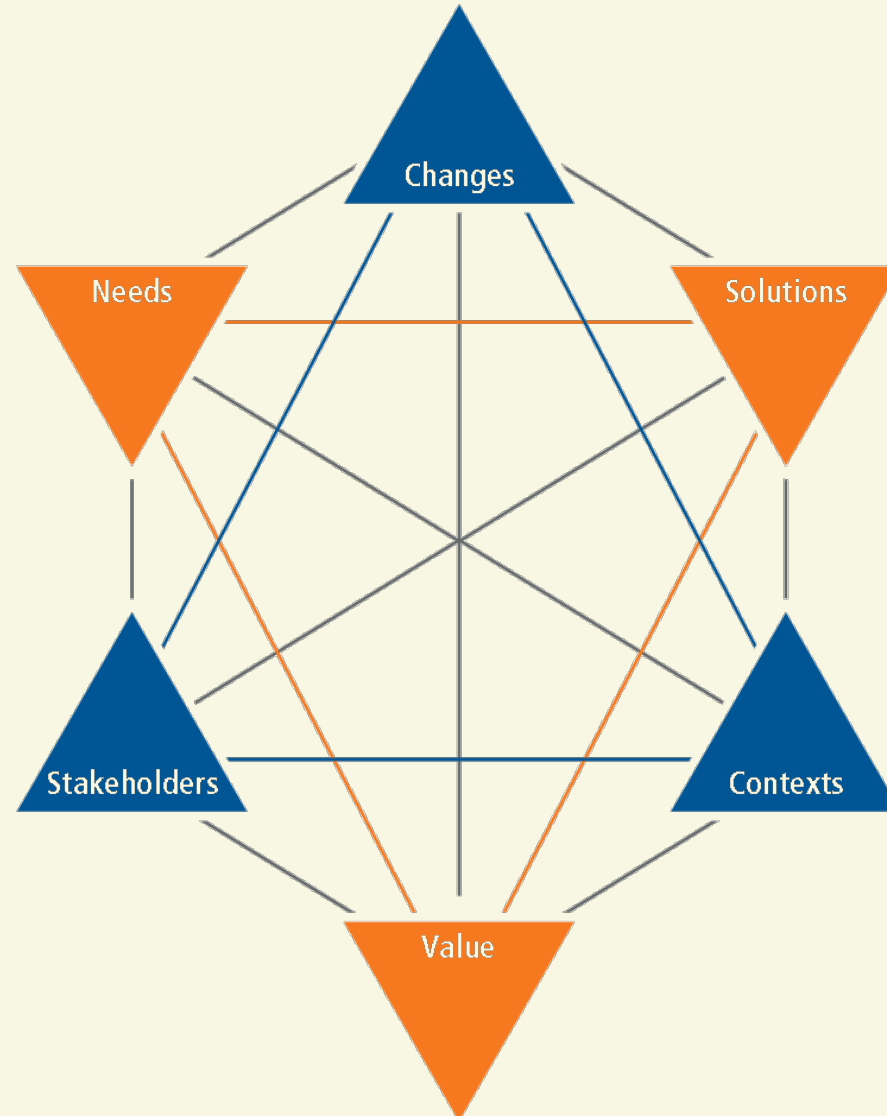


3 CONCEPTS dans un contexte Agile



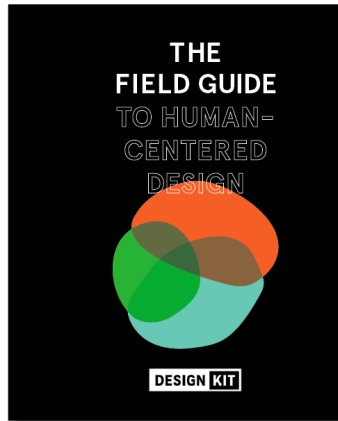
BUSINESS ANALYSIS CORE CONCEPT

Turtle Diagram by IIBA®

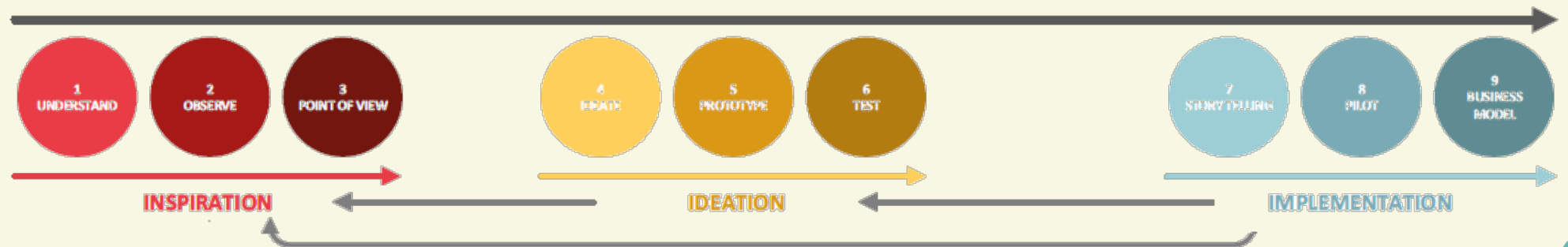
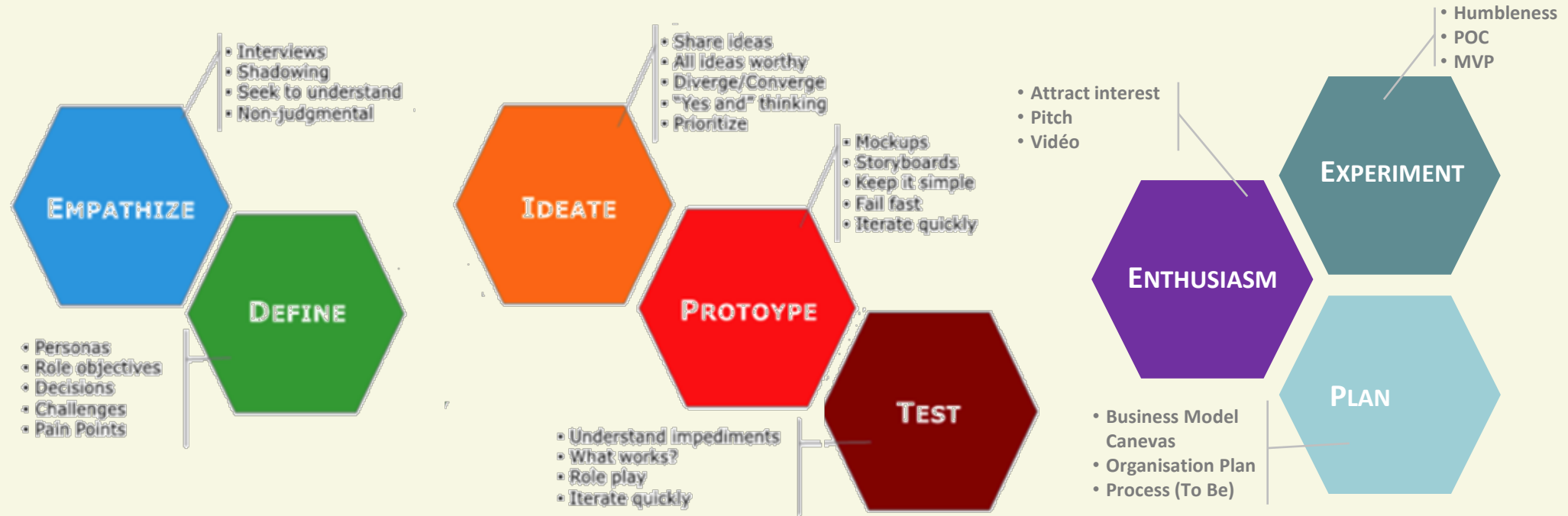


The Business Analysis
Core Concept Model™

DESIGN THINKING PROCESS



<https://www.designkit.org/>

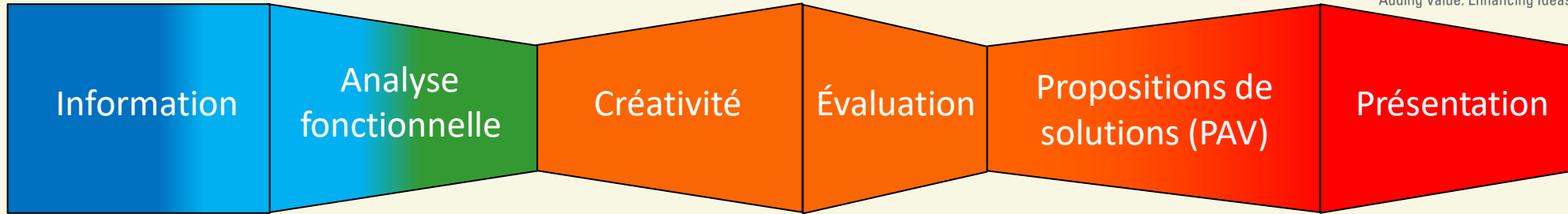


PLANS DE TRAVAIL (PROCESSUS AV)

Source : Démarche selon SAVE® International



SAVE
Adding Value. Enhancing Ideas.



Activités
Pré-
atelier

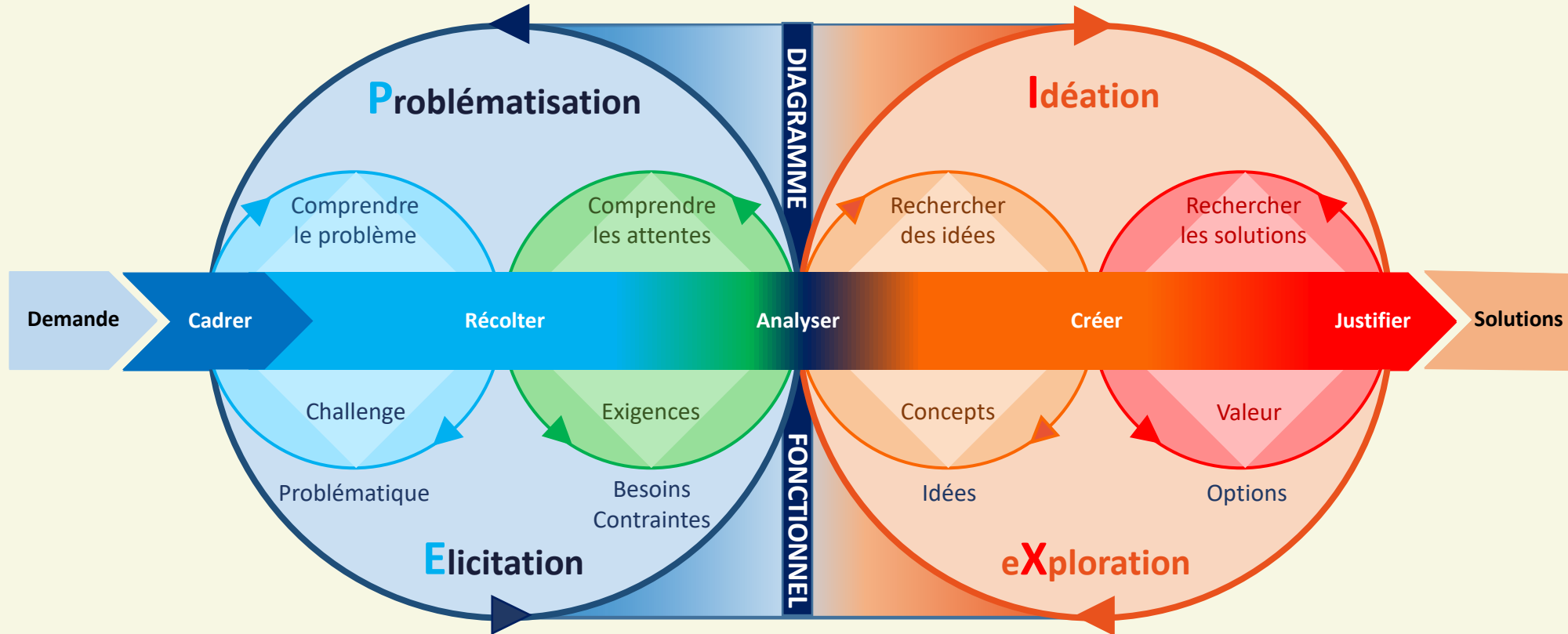
Activités
Post-
atelier



Source : Démarche selon CEN - EN 12973 : 2000 Value Management

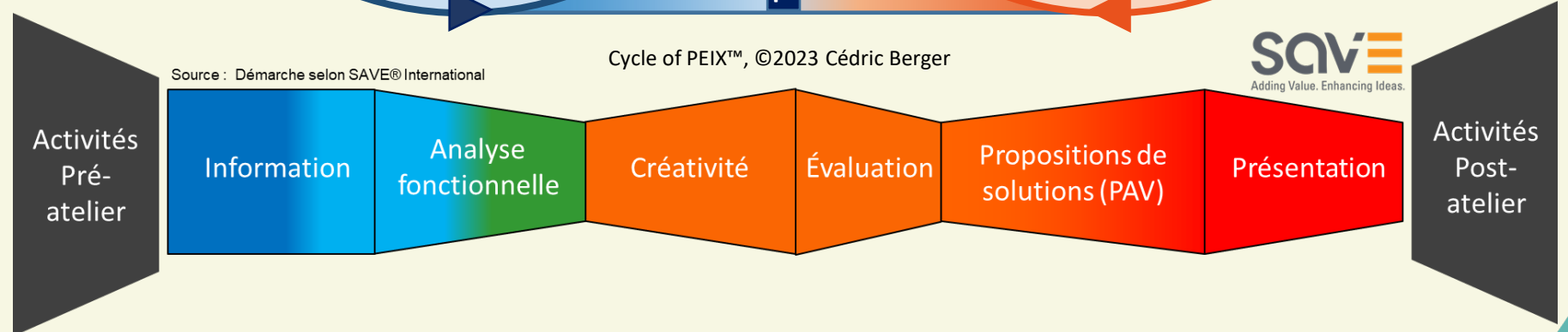
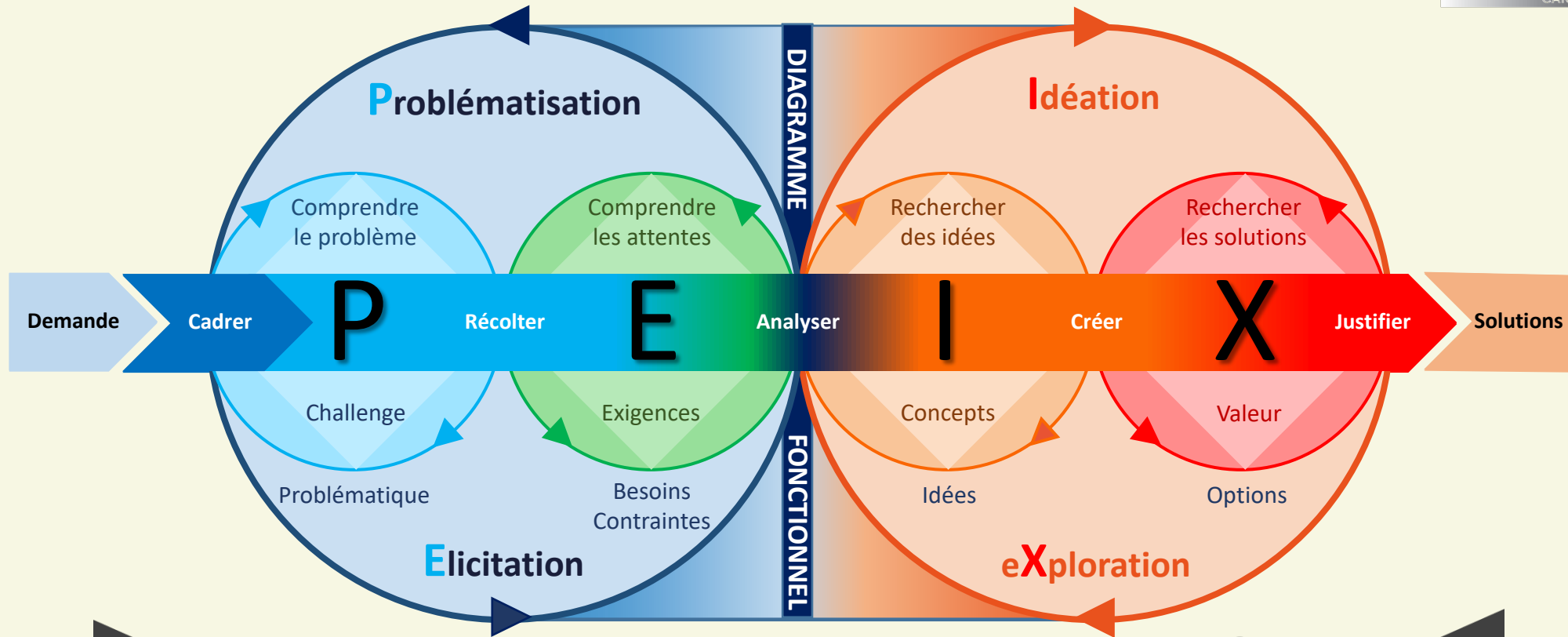


Les 4 roues de la Valeur



Cycle of PEIX™, ©2023 Cédric Berger

Les 4 roues de la Valeur




Source : Démarche selon SAVE® International

Cycle of PEIX™, ©2023 Cédric Berger

SAVE
Adding Value. Enhancing Ideas.



Problématique / challenge

Manufacture d'horlogerie 
Service Commercial – Budget de Formation

Dépense 2022 : **486 000 \$**

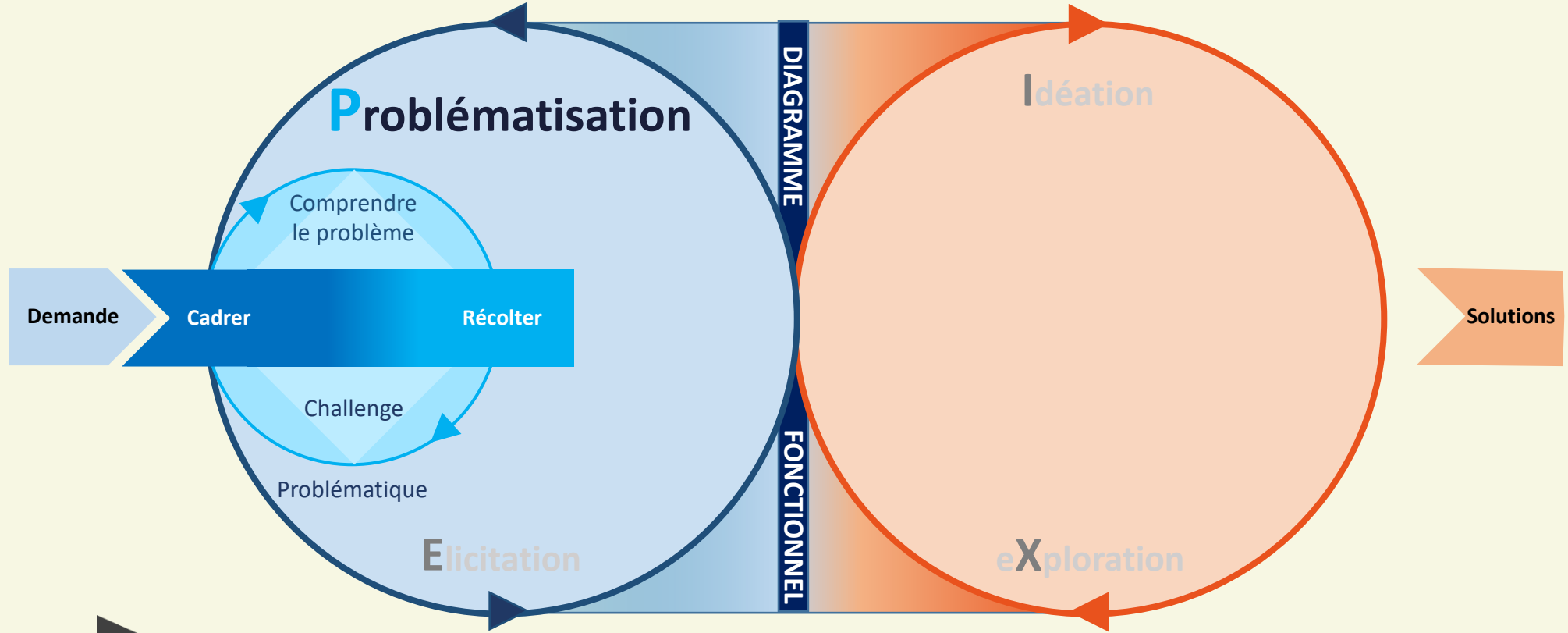
- Bureautique : 30%
- Management : 14%
- SoftSkill : 8%
- Analyse : 5%
- Gestion : 9%
- Communication : 4%
- SaleForce : 30 %

Objectifs :

- 1/ Diminuer de **-20%**
- 2/ Mieux répondre aux besoins

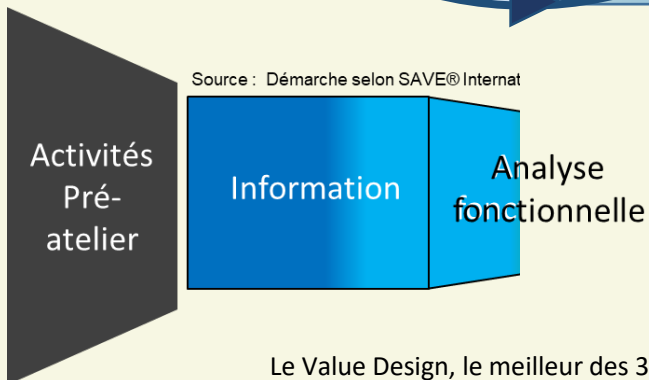
- Accroître les compétences commerciales

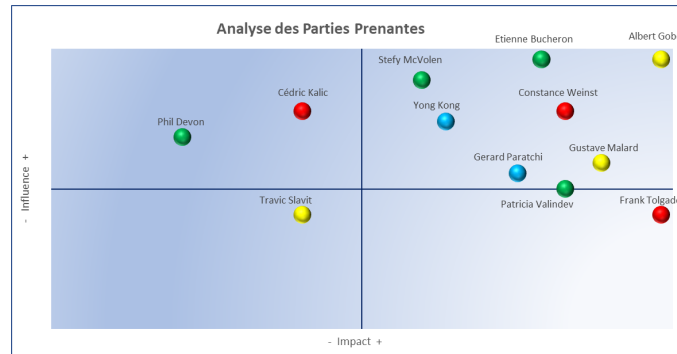
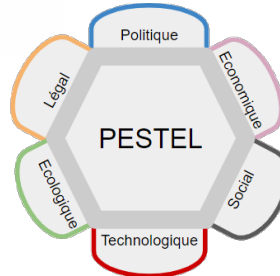
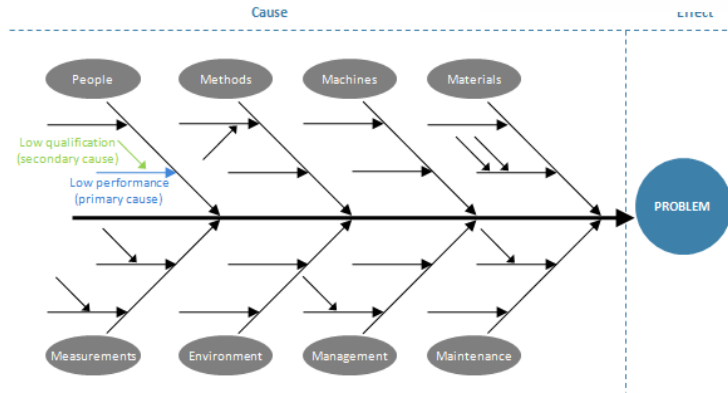
1 – PROBLÉMATISATION



Cycle of PEIX™, ©2023 Cédric Berger

Source : Démarche selon SAVE® Internat





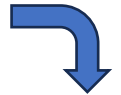
Problématique / challenge

Manufacture d'horlogerie
Service Commercial – Budget de Formation
Dépense 2022 : **486 000 \$**

Objectifs :
1/ Diminuer de **-20%**
2/ Mieux répondre aux besoins

➤ Accroître les compétences commerciales

1. Favoriser une meilleure cohésion d'équipe
2. Optimiser la gestion des activités commerciales afin de favoriser la relation client
3. Développer les compétences de ventes internationales
4. Avoir une meilleure visibilité des ventes à court et moyen terme



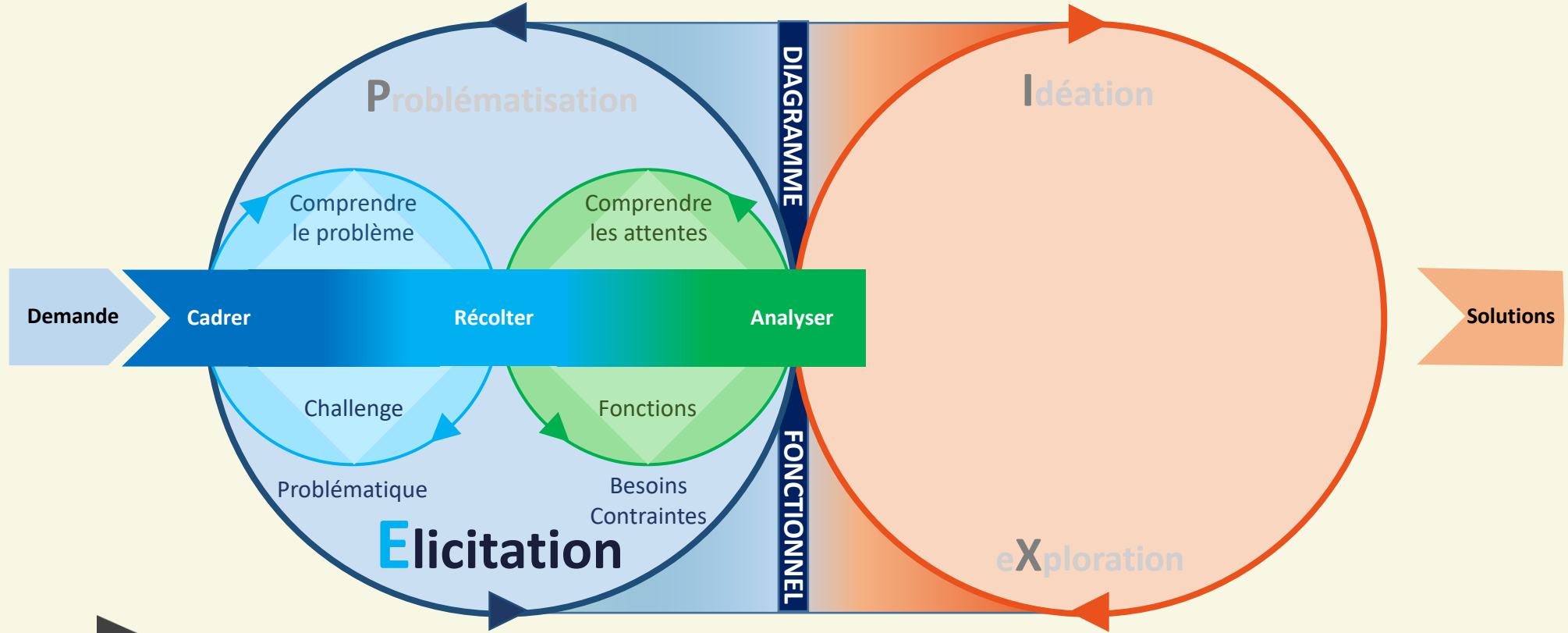
- 1 Gérer les équipes
- 2 Gérer ses activités
- 3 Vendre aux clients internationaux
- 4 Gérer la relation client
- 5 Faire des prévisionnels de vente

Accroître les compétences du service commerciale



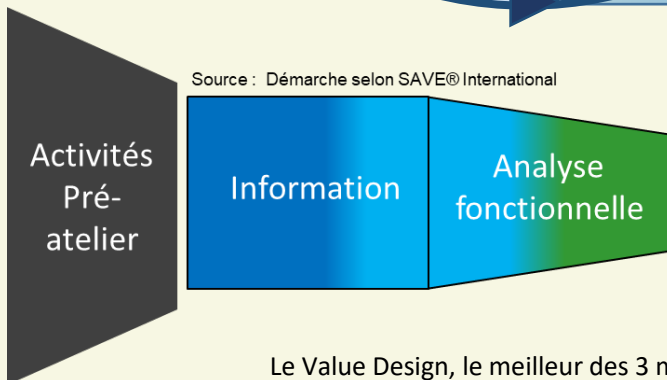
Equipe pluridisciplinaire

2 – ELICITATION



Cycle of PEIX™, ©2023 Cédric Berger

Source : Démarche selon SAVE® International



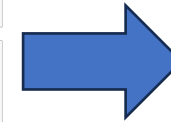
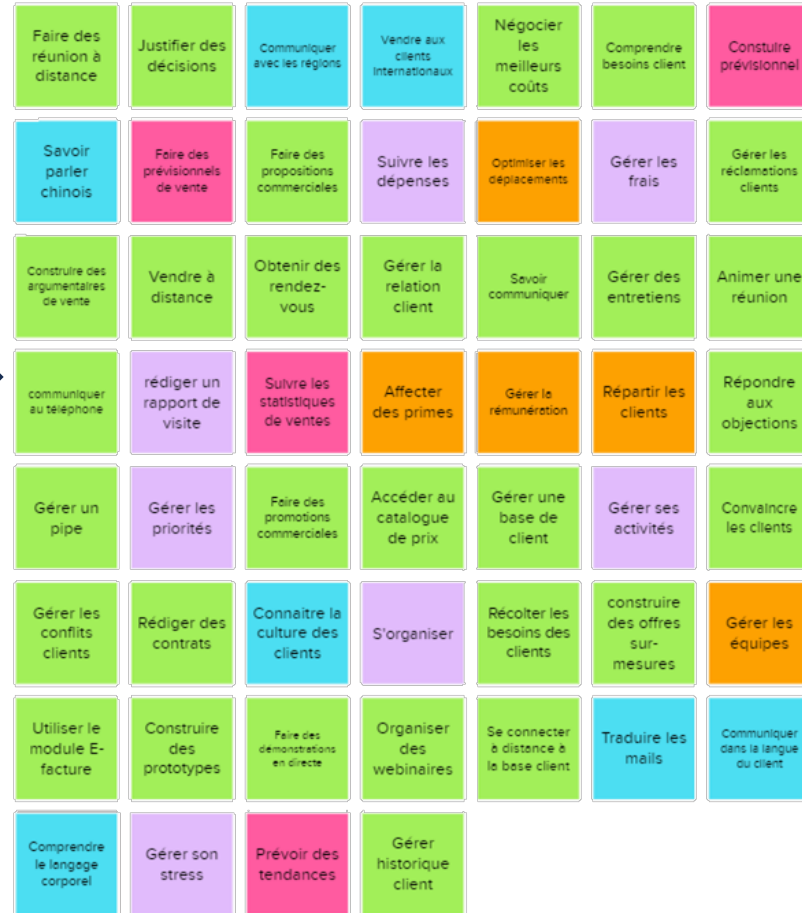
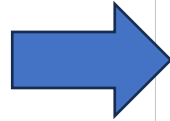
Récolte des Besoins

Hierarchiser les besoins

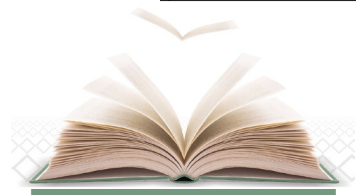
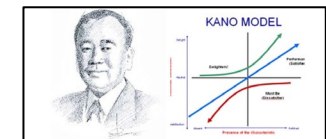
Techniques d'éllicitation

R
É
U
N
I
R

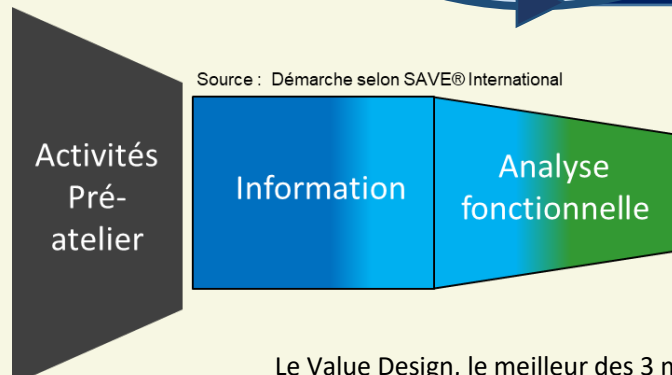
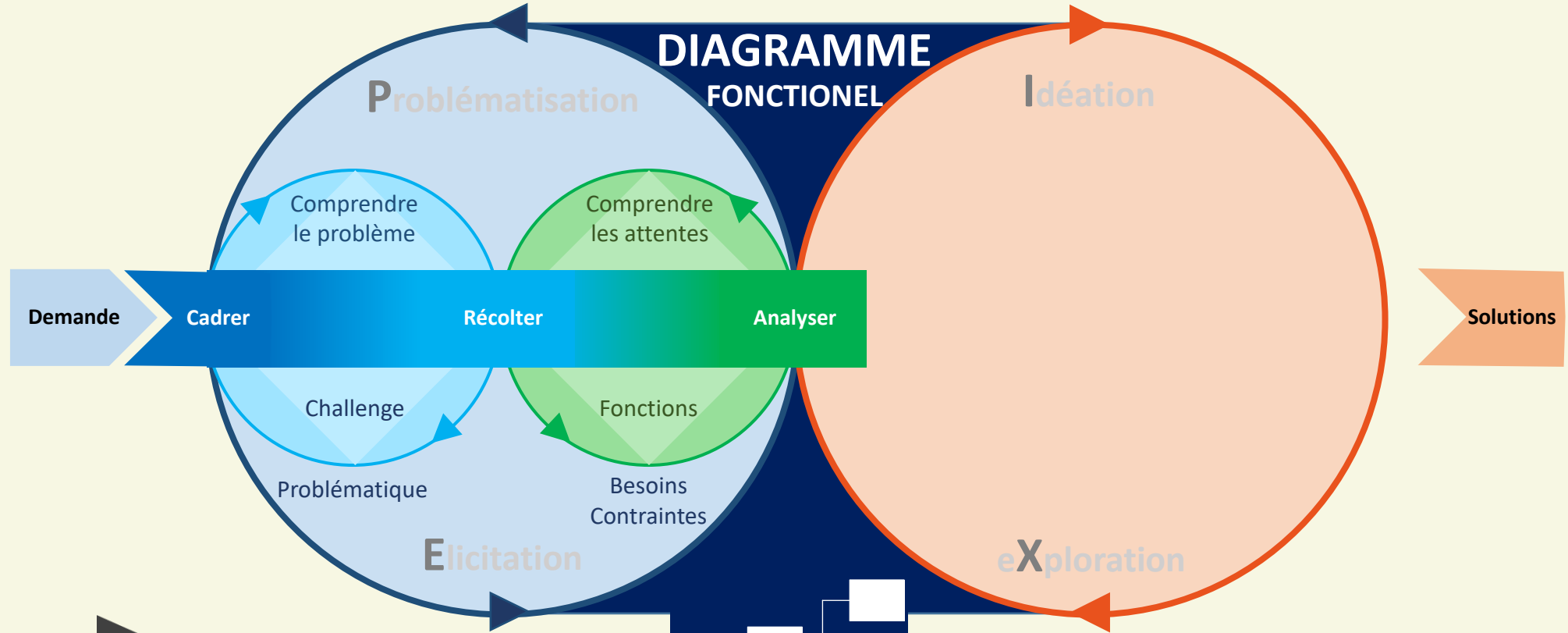
- 1. Recherche Intuitive**
 - Bon sens
 - Limité
 - Combiner avec autres méthodes
- 2. Examen du système**
 - Vision globale des besoins
 - Haut niveau
 - Favoriser l'innovation
- 3. Utilisation du système**
 - Analyser le processus
 - Questionner les besoins en relation avec l'usage
 - Observer le parcours clients
- 4. Non-fonctionnalités du système**
 - Questionner les forces
 - Questionner les qualités
 - Dimensionner comme il faut
- 5. Inspection normes & règlements**
 - Normes et lois en vigueur
 - Inventaire des clauses et contraintes
 - Contrats et garanties
- 6. Références du système (Benchmarking)**
 - Questionner les influences
 - Justifier les besoins
 - Benchmarker compétition



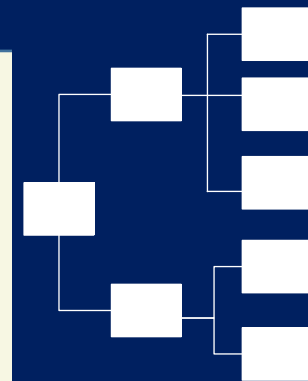
Identifiant (ID)	Besoins / Objectifs / Fonctions	MuSCoW	Kano
	Descriptif		
B1	Faire des réunion à distance	Must	Attrayant
B2	Justifier des décisions	Should	Indifférent
B3	Communiquer avec les régions	Must	Indifférent
B4	Vendre aux clients internationaux	Should	Obligatoire
B5	Négocier les meilleurs coûts	Would	Indifférent
B6	Comprendre besoins client	Must	Obligatoire
B7	Constuire prévisionnel	Should	Indifférent
B8	Savoir parler chinois	Must	Attrayant
B9	Faire des prévisionnels de vente	Could	Contraire
B10	Faire des propositions commerciales	Must	Obligatoire
B11	Suivre les dépenses	Would	Indifférent
B12	Optimiser les déplacements	Should	Indifférent
B13	Gérer les frais	Must	Obligatoire
B14	Gérer les réclamations clients	Must	Obligatoire
B15	Construire des argumentaires de vente	Should	Indifférent
B16	Vendre à distance	Should	Attrayant
B17	Obtenir des rendez-vous	Must	Indifférent
B18	Gérer la relation client	Must	Obligatoire
B19	Savoir communiquer	Must	Proportionnel
B20	Gérer des entretiens	Could	Indifférent
B21	Animer une réunion	Must	Indifférent
B22	communiquer au téléphone	Must	Indifférent
B23	rediger un rapport de visite	Must	Obligatoire
B24	Suivre les statistiques de ventes	Should	Indifférent
B25	Affecter des primes	Should	Attrayant



LE DIAGRAMME FONCTIONNEL (VORTEX)



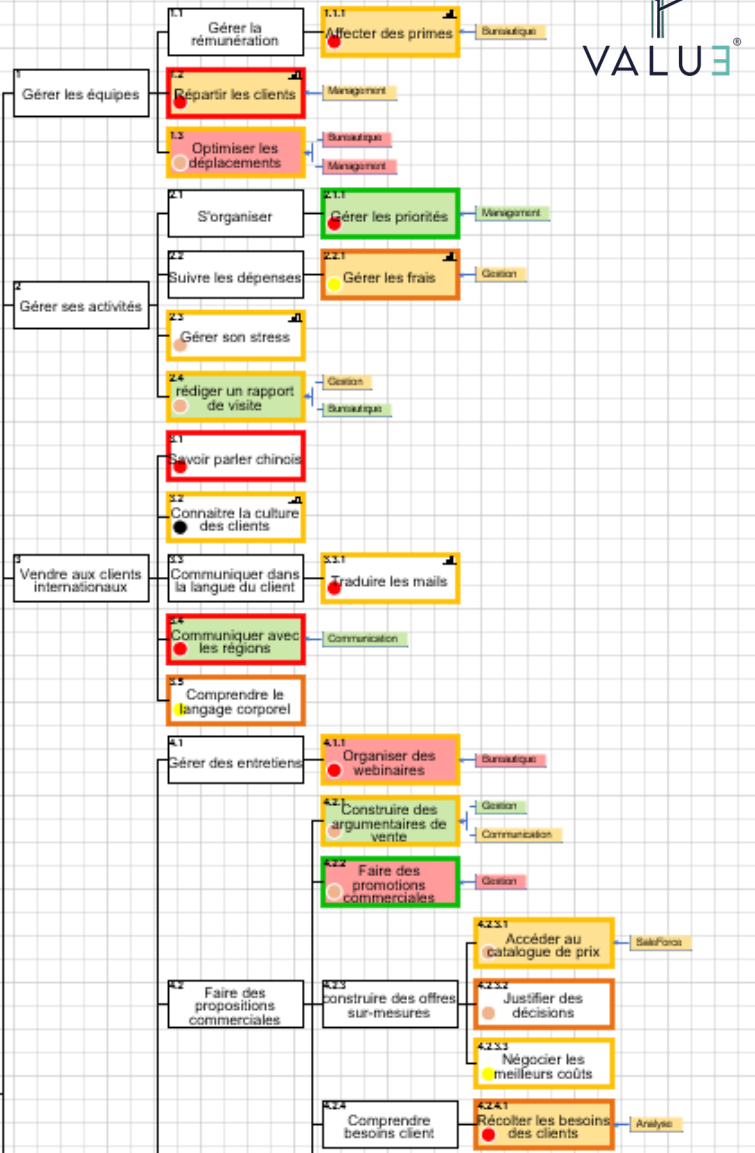
Source : Démarche selon SAVE® International





Attractivité (Kano)		Satisfaction		Priorité (Moscow)	
	Obligatoire		Aucune		Must
	Attrayant		Insatisfaisant		Should
	Proportionnel		Partielle		Could
	Indifférent		Totale		Wont
	Contraire				
	Questionnable				

Identifiant (ID)	Besoins / Objectifs / Fonctions	MuCoW	Kano
B1	Faire des réunion à distance	Must	Attrayant
B2	Justifier des décisions	Should	Indifférent
B3	Communiquer avec les régions	Must	Indifférent
B4	Vendre aux clients internationaux	Should	Obligatoire
B5	Négocier les meilleurs coûts	Would	Indifférent
B6	Comprendre besoins client	Must	Obligatoire
B7	Constuire prévisionnel	Should	Indifférent
B8	Savoir parler chinois	Must	Attrayant
B9	Faire des prévisionnels de vente	Could	Contraire
B10	Faire des propositions commerciales	Must	Obligatoire
B11	Suivre les dépenses	Would	Indifférent
B12	Optimiser les déplacements	Should	Indifférent
B13	Gérer les frais	Must	Obligatoire
B14	Gérer les réclamations clients	Must	Obligatoire
B15	Construire des argumentaires de vente	Should	Indifférent
B16	Vendre à distance	Should	Attrayant
B17	Obtenir des rendez-vous	Must	Indifférent
B18	Gérer la relation client	Must	Obligatoire
B19	Savoir communiquer	Must	Proportionnel
B20	Gérer des entretiens	Could	Indifférent
B21	Animer une réunion	Must	Indifférent
B22	communiquer au téléphone	Must	Indifférent
B23	rédiger un rapport de visite	Must	Obligatoire
B24	Suivre les statistiques de ventes	Should	Indifférent
B25	Affecter des primes	Should	Attrayant



Améliorer les compétences de notre force commerciale

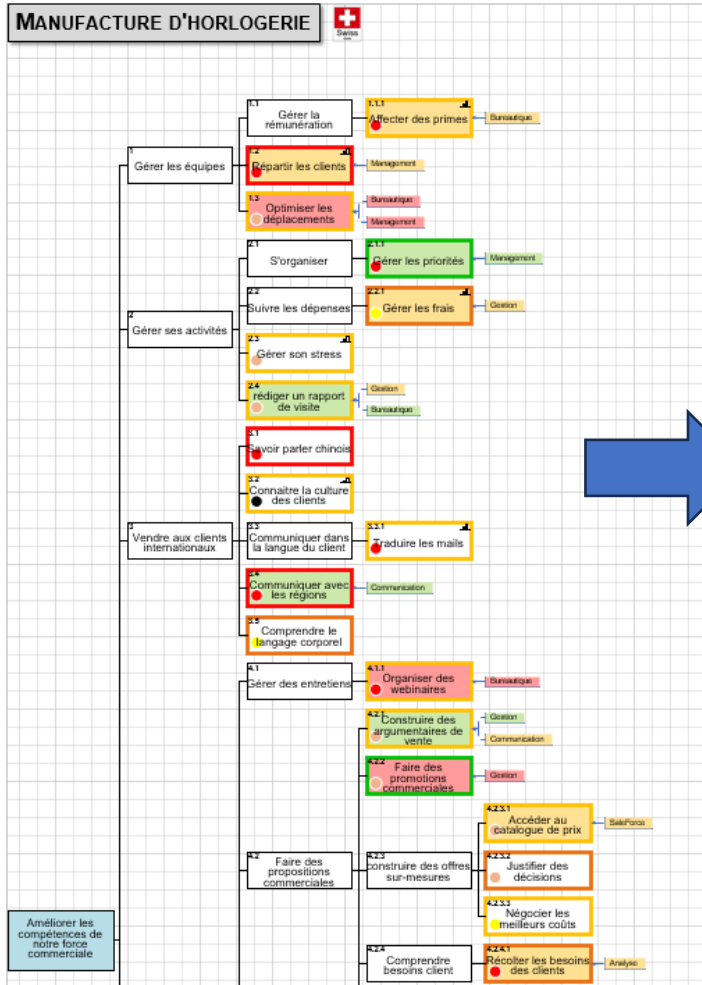
Manufacture d'horlogerie
Service Commercial – Budget de Formation

Dépense 2022 : **486 000 \$**

- Bureautique : 30%
- Management : 14%
- SoftSkill : 8%
- Analyse : 5%
- Gestion : 9%
- Communication : 4%
- Salesforce : 30%



Mesure de la Valeur Actuelle



Pondération des fonctions principales

Accroître les compétences du service commerciale

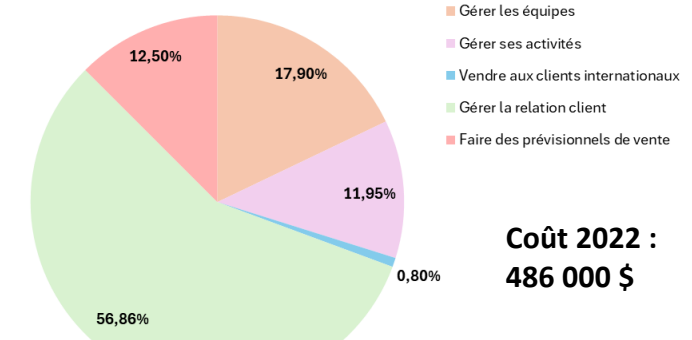
	Gérer ses activités	Vendre aux clients internationaux	Gérer la relation client	Faire des prévisionnels de ventes		
	F2	F3	F4	F5	Total	Poids
1 Gérer les équipes	1F1	3F1	1F4	2F1	6	40%
2 Gérer ses activités		1F2	2F4	1F2	2	13%
3 Vendre aux clients internationaux			1F3	2F3	3	20%
4 Gérer la relation client				1F5	3	20%
5 Faire des prévisionnels de vente					1	7%
					15	100%

(Business Value Index)

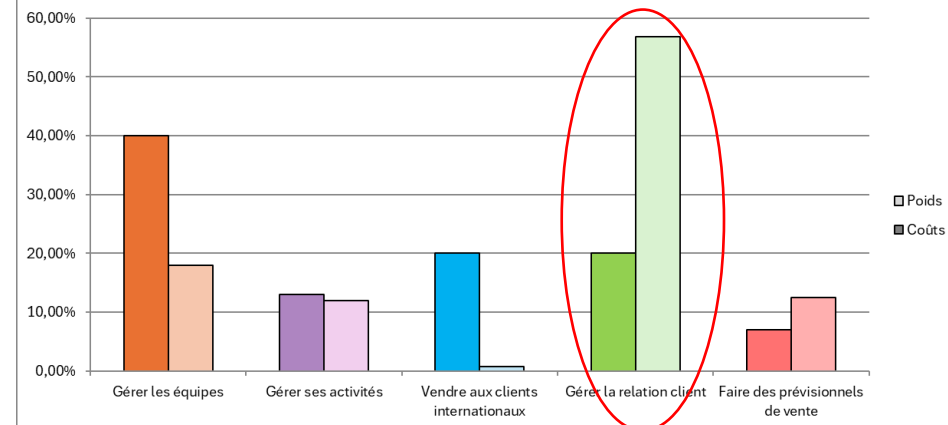
BVI = 35 %

Satisfaction actuelle des besoins

Répartition des coûts par Fonctions



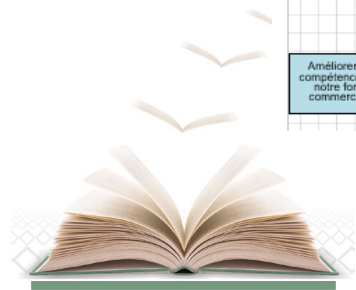
Intérêt des fonctions (poids) / Coût par fonction



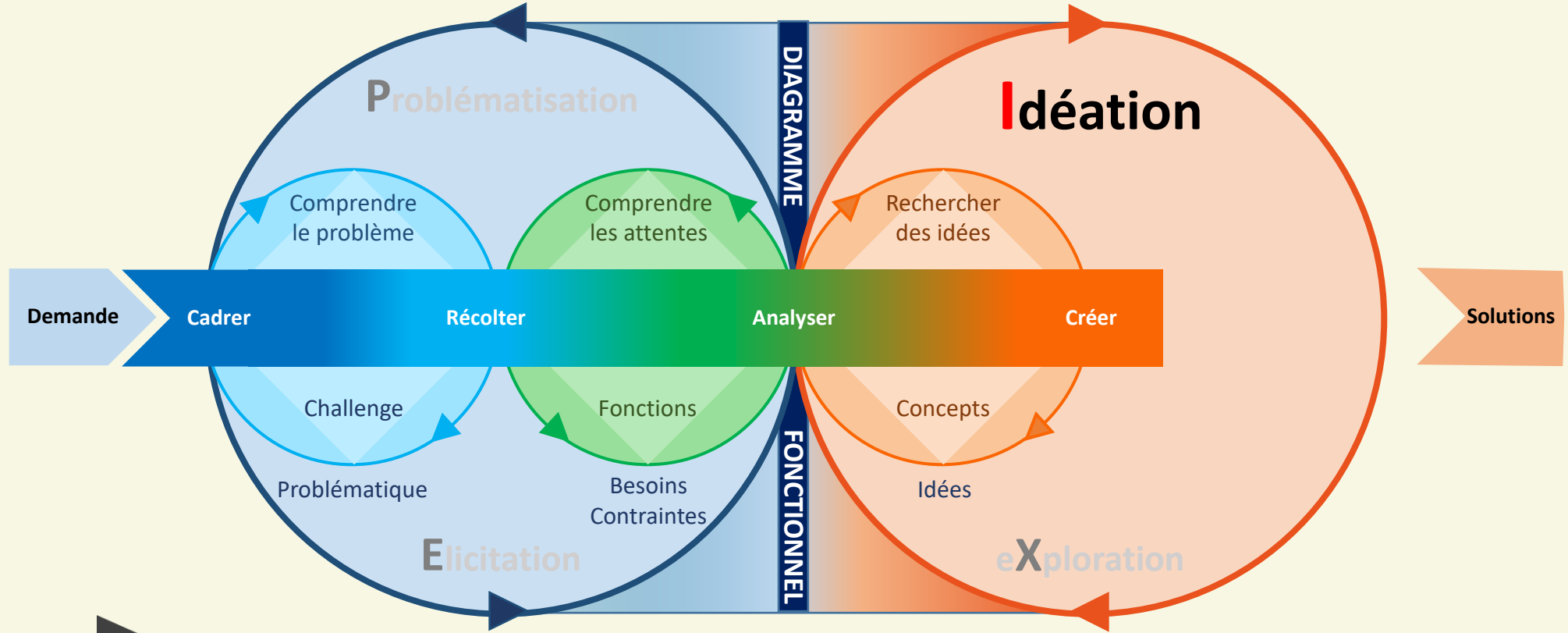
(Strategic Value Index)

SVI = 54 %

Adéquation stratégique

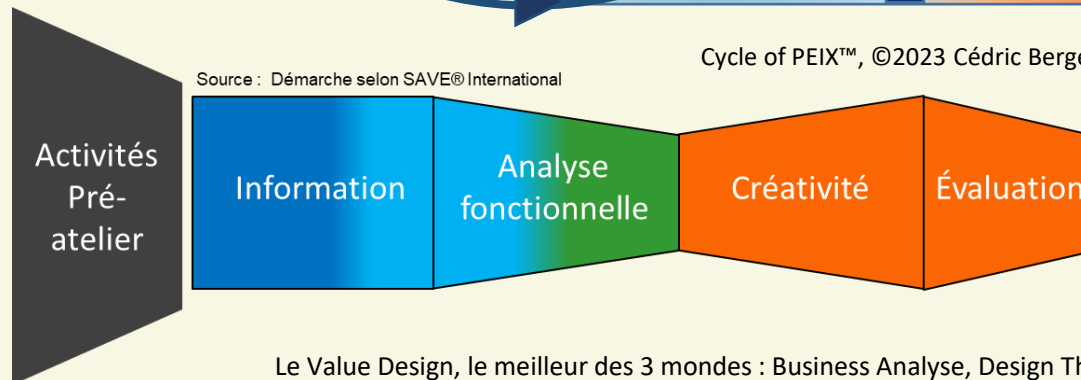


3 – IDEATION



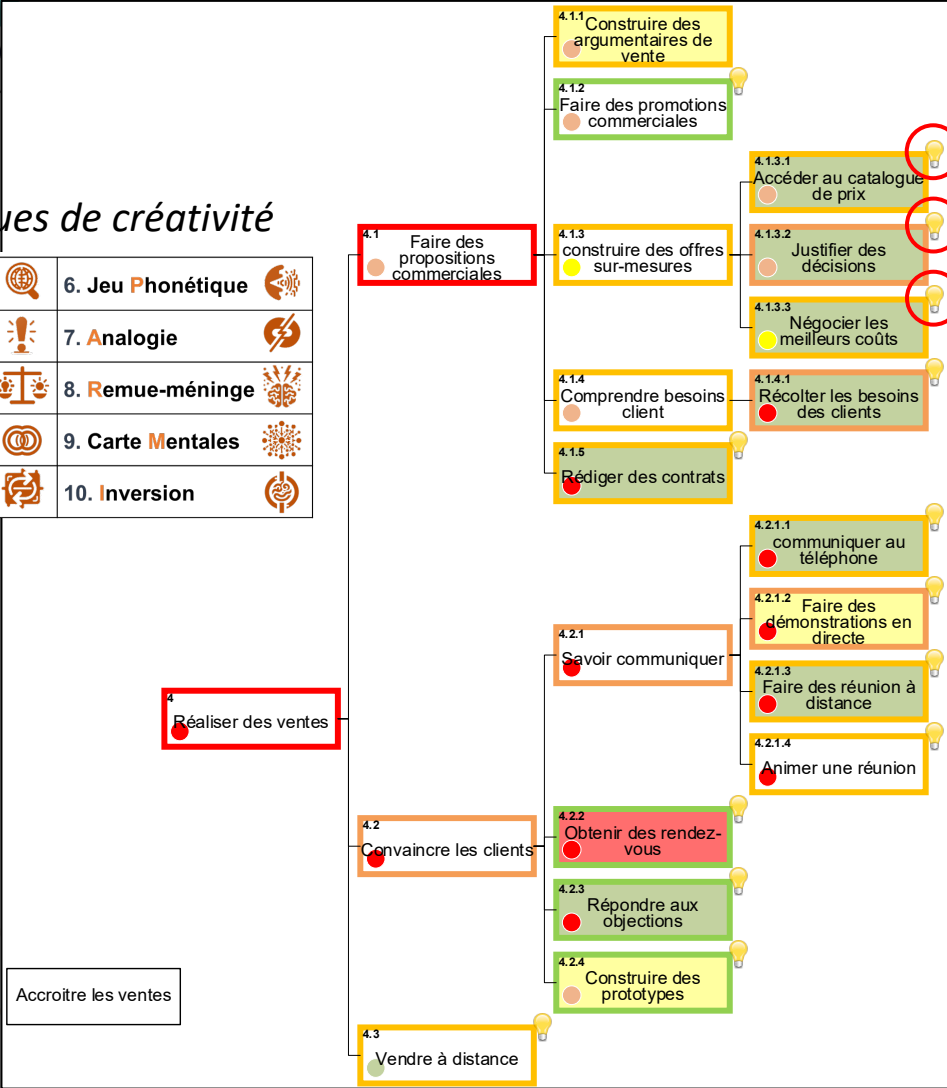
Cycle of PEIX™, ©2023 Cédric Berger

Source : Démarche selon SAVE® International



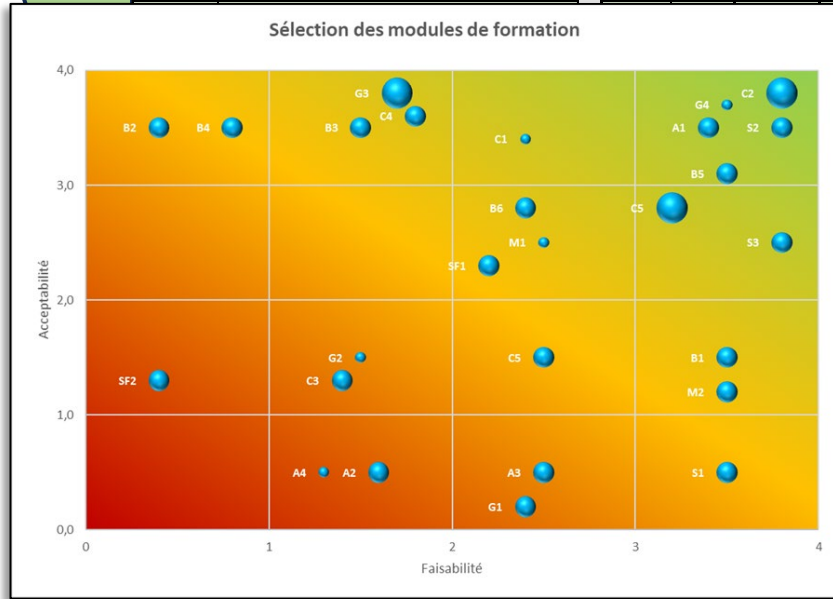
Techniques de créativité

- | | |
|----------------------------|-------------------|
| 1. Matrice des Découvertes | 6. Jeu Phonétique |
| 2. Exagération | 7. Analogie |
| 3. Bissociation | 8. Remue-méninge |
| 4. Association | 9. Carte Mentales |
| 5. Transposition | 10. Inversion |



Recherche d'idées

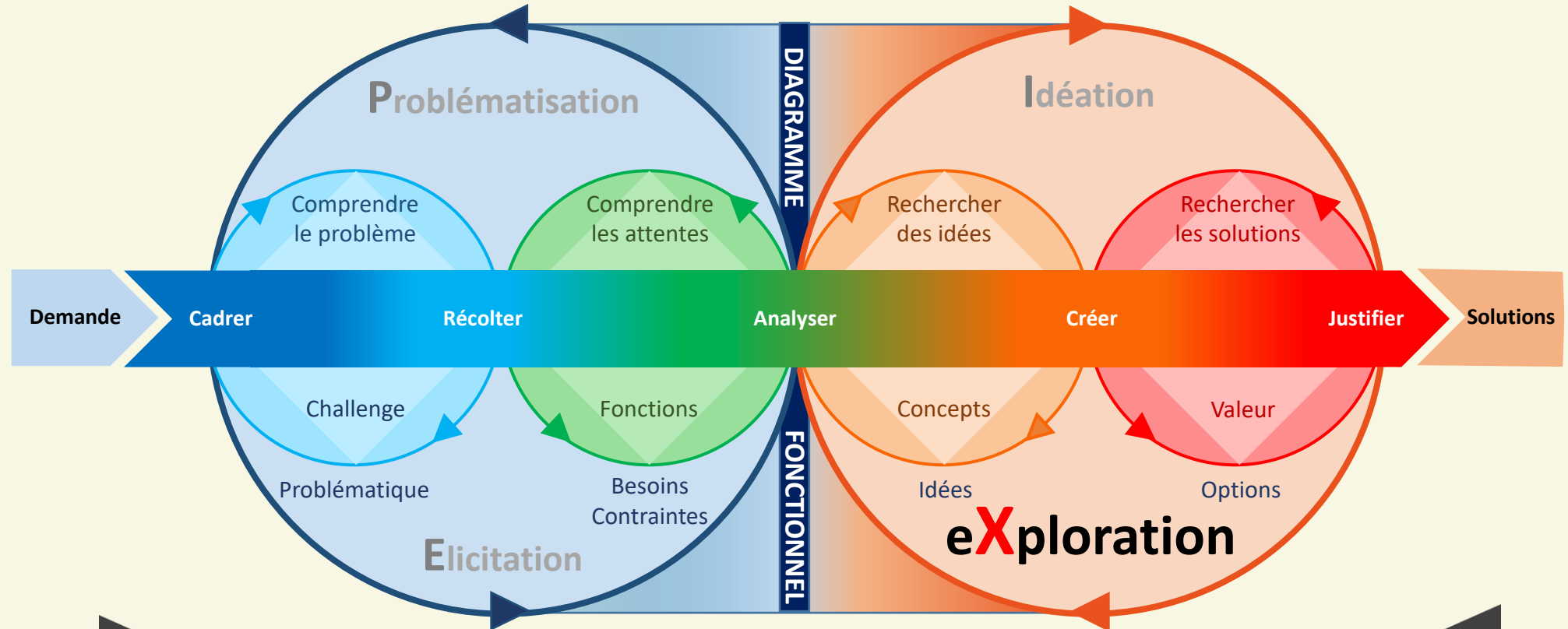
Liste des formations		P/V	Coût (LCCc)			Acceptabilité Sociale (Sic)	Faisabilité (Fic)	Impact Environnement (Dic)	Impact Value (Ivc)
ID	Description		Nb	Unit.	€	(1 à 4)	(1 à 4)	(1 à 4)	
P0	Scénario de référence	1	3000		486000	2	4	1	16
B1	Formation Microsoft Team	100	200		20 000	2	4	1	58%
B2	Formation Zoom	100	150		15 000	4	1	1	50%
B3	Formation Clockify	100	150		15 000	4	2	1	58%
B4	Formation Calendly	100	150		15 000	4	1	1	50%
B5	Formation Microsoft Skype	100	200		20 000	4	4	1	75%
M1	Servant Leader Agile (certif)	10	600		6 000	3	3	1	58%
M2	Manager l'incertitude	40	500		20 000	2	4	1	58%
S1	Méditation & Pleine Conscience	40	450		18 000	1	4	1	50%
S2	Le langage corporelle	50	200		10 000	4	4	1	75%
S3	Gestion des personnalités (+Test)	50	400		20 000	3	4	1	67%
C1	Communication non-violente	40	200		8 000	4	3	1	67%
C2	Les techniques de vente	100	600		60 000	4	4	1	75%
C3	Certification PNL	20	1500		30 000	2	2	1	42%
C4	Gestion des risques interculturelles	20	700		14 000	4	2	1	58%
A1	Comprendre les besoins	50	450		22 500	4	4	1	75%
A2	Analyse de données statistiques	20	1500		30 000	1	2	1	33%
A3	Analyse de marché	10	1500		15 000	1	3	1	42%
A4	Business Model	10	750		7 500	1	2	1	33%
G1	Gestion budgétaire	20	1000		20 000	1	3	1	42%
G2	Optimisation des coûts	10	750		7 500	2	2	1	42%
G3	Plateforme e-Vente	25	2500		62 500	4	2	1	58%
SF1	SaleForce Niveau 1	100	200		20 000	3	3	1	58%
SF2	SaleForce Mobility	30	400		12 000	2	1	1	33%



4	4	1	75%
2	3	1	50%
3	3	1	58%
3	4	1	67%
3	2	1	50%
3	4	1	67%
2	4	1	58%
3	3	1	58%
3	3	1	58%
3	2	1	50%
2	2	1	42%
2	4	1	58%
2	3	1	50%
2	2	1	42%
			0

Analyse des idées

4 - EXPLORATION



Cycle of PEIX™, ©2023 Cédric Berger

Source : Démarche selon SAVE® International



Activités
Pré-
atelier

Information

Analyse
fonctionnelle

Créativité

Évaluation

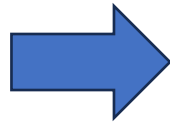
Propositions de
solutions (PAV)

Présentation

Activités
Post-
atelier

Créer des Scénarios

Composants de Solution / idées / projets			Capacité (CC)	Scénario 1	Scénario 2	Scénario 3	Scénario 4	Scénario 5	Scénario 6	Scénario 7	Scénario 8
ID	Description		Situation Actuelle 2019	Global Microsoft	Global SAS	Sans Softskill	Opti genetique 1	Opti genetique 2	Quick win		
P0	Scénario de référence	16	486 000	332 000	332 000	212 000	261 500	255 000	85 500		
B1	Formation Microsoft Team	0,583333		X			X				
B2	Formation Zoom	0,5		X				X			
B3	Formation Clockify	0,583333			X				X		
B4	Formation Calendly	0,5			X		X	X			
B5	Formation Microsoft Skype	0,75					X				
M1	Servant Leader Agile (certif)	0,583333					X	X			
M2	Manager l'incertitude	0,583333									
S1	Méditation & Pleine Conscience	0,5		X	X		X				
S2	Le langage corporelle	0,75		X	X			X	X		
S3	Gestion des personnalités (+Test)	0,666667			X		X				
C1	Communication non-violente	0,666667		X	X		X	X	X		
C2	Les techniques de vente	0,75		X	X	X	X	X			
C3	Certification PNL	0,416667		X	X						
C4	Gestion des risques interculturelles	0,583333		X	X			X			
A1	Comprendre les besoins	0,75		X	X	X	X	X	X	X	
A2	Analyse de données statistiques	0,333333		X	X	X					
A3	Analyse de marché	0,416667							X		
A4	Business Model	0,333333					X	X			
G1	Gestion budgétaire	0,416667		X	X	X					
G2	Optimisation des coûts	0,416667		X	X	X	X				
G3	Plateforme e-Vente	0,583333									
SF1	SaleForce Niveau 1	0,583333		X	X	X	X	X			
SF2	SaleForce Mobility	0,333333		X	X	X	X	X			
G4	Gérer ses priorités (online)	0,75			X		X			X	
C5	Formation Langue étrangère	0,5		X	X		X	X			
B6	Formation Outils Microsoft 360	0,583333		X							
C6	Techniques de communication	0,666667									



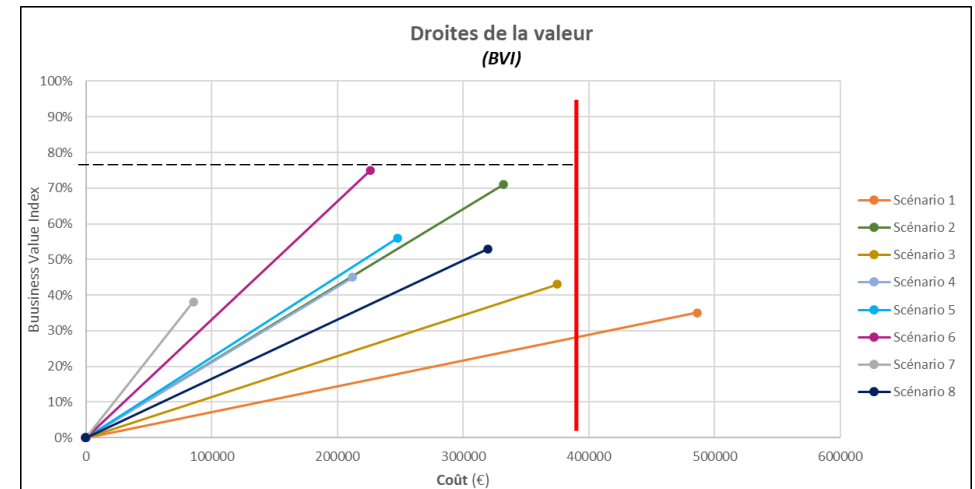
Justification des solutions

Index Valeur Qualitatifs	Scénario 1 Réf.	Scénario 2	Scénario 3	Scénario 4	Scénario 5	Scénario 6	Scénario 7	Scénario 8
Besoins (Nb)	61%	85%	45%	92%	92%	61%	39%	62%
Business Value (BVI)	35%	71%	43%	45%	56%	75%	38%	53%
Impact (IVI)	55%	70%	55%	54%	56%	65%	71%	58%
Index Stratégique (SVI)	20%	76%	54%	62%	57%	57%	41%	54%
Risque	59%	54%	54%	62%	57%	57%	41%	54%
Index d'utilité (TUI)	37%	72%	51%	54%	56%	66%	50%	55%
Index Valeur Quantitatifs	0,0%	31,7%	22,8%	56,4%	49,0%	53,4%	82,4%	34,2%
Coût des scénarios (LCC)	486 000	332 000	375 000	212 000	248 000	226 500	85 500	320 000



BVI = 71 %
SVI = 76 %

BVI = 75 %
SVI = 57 %



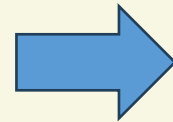
Situation actuelle

AS IS

Dépense formation :
486 000 \$

Adéquation Objectifs Stratégique :
54% (SVI)

Satisfaction des besoins :
35% (BVI)



Choix : Scénario 2

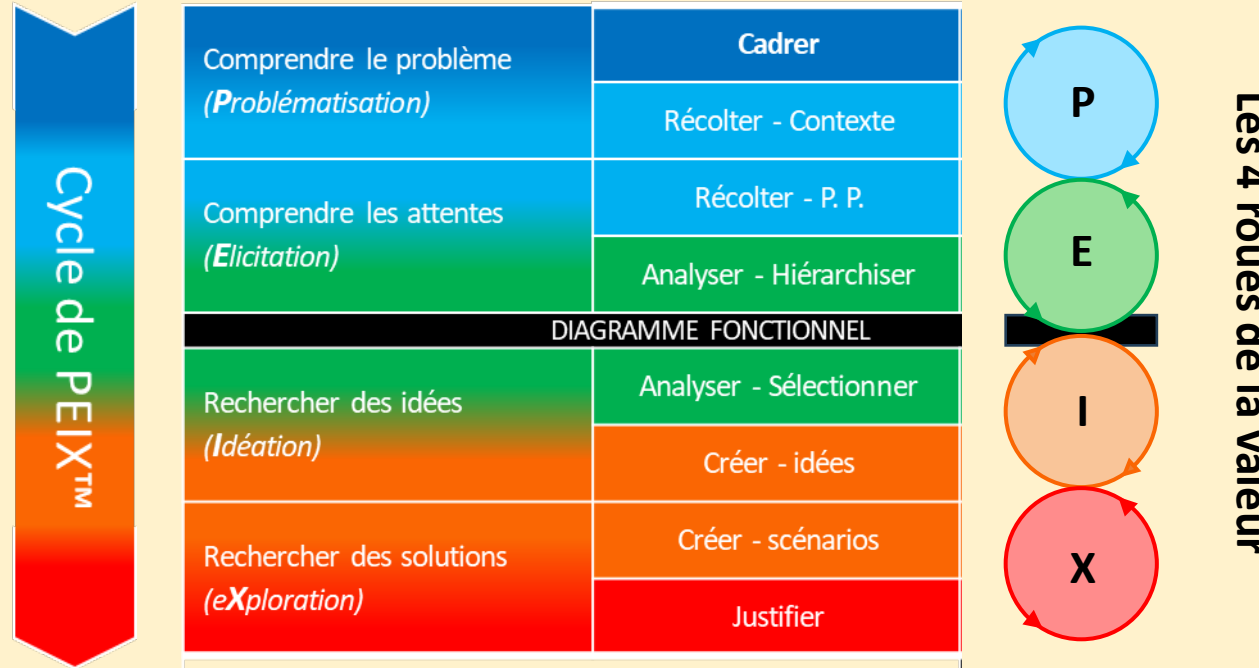
TO BE

Dépense formation :
330 000 \$ (- 32%)

Adéquation Objectifs Stratégique :
76 % (SVI) (+22%)

Satisfaction des besoins:
71% (BVI) (+36%)

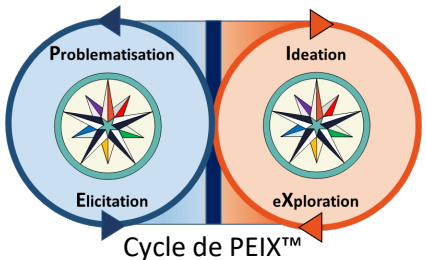
PLAN DE TRAVAIL



L'ETUDE VALUE DESIGN

- Une équipe **pluridisciplinaire** (Stakeholders)
 - Utilisateurs
 - Concepteurs
- Une animation **bicéphale** (Binôme)
 - Un Animateur – Facilitateur (Systémique)
 - Un Co-animateur – Observateur – Organisateur (Analytique)
- Des **outils** adaptés
 - Post'it, PaperBoard, Miro, Mural, Lucidchart... ChatGPT
 - Microsoft Visio avec Valu3™, Microsoft Excel
 - Une Logistique irréprochable (vidéo projecteur, lieu échange et interaction...)
- Des réunions **préparées**
 - En présentiel (souhaitable)
 - Agenda, anticipation...
 - **3 h** (90' + 90') => 8 ½ journées => **24 Heures**





LES 24 HEURES DE LA VALEUR


• DURÉE D'UNE ÉTUDE VALUE DESIGN

		Equipe interne	Animateur	Co-animateur	Total
Organisation de l'étude			4	4	8
Comprendre le problème (<i>Problématisation</i>)	Cadrer	3	6	3	9
	Récolter - Contexte	3	3	3	6
Comprendre les attentes (<i>Elicitation</i>)	Récolter - P. P.	3	3	3	6
	Analyser - Hiérarchiser	3	6	9	15
DIAGRAMME FONCTIONNEL					
Rechercher des idées (<i>Idéation</i>)	Analyser - Sélectionner	3	3	3	6
	Créer - idées	3	3	3	6
Rechercher des solutions (<i>eXploration</i>)	Créer - scénarios	3	3	3	6
	Justifier	3	3	3	6
Rapport			4	4	8
Présentation des résultats			4	0	4
Administration de l'étude			0	4	4
Total heures		24 h	42 h	42h	84 h

Cycle de PEIX™



Budget
15 K\$
-
30 K\$



RÉSULTATS



- Augmentation de la satisfaction des besoins :
 - Entre 10 % et 100 % (moyenne de **40%** sur un échantillon de 58 missions)
- Diminution des coûts :
 - Entre 5 % et 40 % (moyenne de **20%** sur un échantillon de 64 missions)
 - **1 \$ dépensé -> entre 10 et 100 \$ économisés** (en 24 heures !)
- Diminution des impacts :
 - Bilan carbone (entre -3% et -15%)
 - Bilan global (significatif)

A VOS MARQUES, PRÊT... PARTEZ !

*Gagnez la course de l'économie responsable !
Repenser vos produits et vos services pour : « faire mieux avec moins »*

À la fin, seuls les meilleurs finissent la course...



24h
DE LA VALEUR



ACTION

ET / OU



FORMATION

RÉALISER UNE ETUDE

- **Vous avez une idée ?** Comment la transformer en solution créatrice de valeur ?
- **Vous avez un problème ?** Comment trouver des solutions innovantes ?
- **Vous avez un projet ?** Comment prioriser votre projet par la valeur ?
- **Vous avez une solution ?** Comment justifier la création de valeur ?
- **Vous avez un produit ?** Comment lui donner une nouvelle vie plus responsable ?
- **Vous avez un service ?** Comment le rendre utile, sobre et durable ?
- **Vous devez choisir ?** Comment comparer vos solutions par la valeur ?
- **Vous devez faire des économies ?** Comment réduire les coûts sans conséquences ?
- **Vous devez justifier vos investissements ?** Comment démontrer vos choix par la valeur ?
- **Vous devez produire mieux avec moins de ressources ?**
Comment maximiser votre outil de production ?

Certifications internationales en Analyse de la Valeur



- Formation eValue Design (32 h)
- Coaching (3 Projets VD appliqués – 72h)
- Professional Analyst (900 h)



- Formation eValue Design (32 h)
- Coaching (1 Projet VD appliqué – 24h)
- Professional Analyst (450 h)



- Formation eValue Design (32 h)





CERTIFICATIONS VALUE DESIGN

Créez de l'éco-valeur à tous les niveaux de l'entreprise



En savoir plus...

En savoir plus...

Des capsules de e-learning
+ 32 h de formation à distance
+ étude applicative avec coach
Certificats Value Design™
délivrés par l'Université de la Valeur



Prochaines sessions :
Février | 2025



UNIVERSITÉ de la VALEUR
VALUE UNIVERSITY





Niveau : Intermédiaire

Durée : 32 h ou 4 mois

Type : inter et intra
entreprise

Personnes concernées :
Manager, Consultant, Chef
de Projet, Business Analyste,
Responsable de Processus,
R&D, Innovation... soucieux
de récolter et structurer les
« bons » besoins

Formateurs - Coachs :
Certifiés en Analyse de la
Valeur et Business Analyse

Tarif : FC - 2 500 €HT
FL - 4 750 €HT
(Tarif de lancement -20%)

Contenu pédagogique :

Formation courte (FC) :

- Capsules de e-learning
- 32h de formation à
distance et présentiel

Formation longue (FL) :

- 8h de coaching personnel
- 60h de travail personnel
avec dossier de synthèse

Supports remis :

- Support de
formation 
- Add'in Ms Visio
- Template Excel, Word
- Certificat Value Design
Initiate™ (VDI™)
- Certificat Value
Design Associate™
(VDA™) 

Dates 2024 :

Session 241 :

15-16 avril, 18-19 avril
22-23 avril et 25-26 avril
Dossier : 8 juil.

Session 242 :

26-27 sept, 30 sept.-1^{er} oct.
10-11 oct. et 14,15 oct.
Dossier : 15 Déc.

eCertificats en Value Design

Créer de l'éco-valeur à tous les niveaux de l'entreprise

Nous vous proposons une formation certifiante originale à distance qui mixe auto-apprentissage, Q&A, échanges et accompagnement individualisé. Basée sur votre projet, cette formation vous garantit de trouver une solution qui vous apporte le plus de valeur, c'est à dire qui répond le mieux aux besoins de toutes les parties prenantes et qui vous coûte le moins cher.

Objectif :

Cette formation permet aux participants de mettre en pratique l'Analyse de la Valeur en appliquant les phases d'analyse des besoins (analyse fonctionnelle des besoins AFB) et de valorisation des solutions en utilisant des outils bureautiques associés.

Introduction : Analyse de la Valeur, Besoins / Fonctions

Module 1 : Cadrage et problématique

Objectifs – Contexte – Contraintes – Cadre - Timing

Module 2 : Elicitation des besoins

Analyse des Parties Prenantes – Techniques élicitations

Module 3 : Hiérarchisation des besoins

Techniques de priorisation et attractivité des besoins

Module 4 : Organisation des besoins

La structuration fonctionnelle des besoins (FAST)

Module 5 : Caractérisation des besoins

Critères – Niveau – Flexibilité - Pondération

Module 6 : Recherche de solutions

Créativité – Design Thinking – Scénario

Module 7 : Valorisation des solutions

Distribution des coûts – Justifications

Module 8 : Présentation des résultats

Techniques :

- Le cycle de vie
- Les 6 techniques systémiques d'élicitation (REUNIR)
- L'arbre de la valeur (FAST - Diagramme fonctionnel)
- CriNifFlex
- MoSCoW, Kano et la comparaison par paire (pondération)
- La distribution des coûts / besoins
- La matrice et les droites de la valeur

Outils :

- Add'in Visio avec template Business Analysis
- Valu3™, Add'in Visio pour Diagramme fonctionnel
- Template Excel de valorisation et justification de solutions

Conforme à la norme AFNOR NFX 50-151 Sept. 2007 – Expression Fonctionnelle du Besoin (EFB) et EN 12973 - Value Management

En savoir plus...

EN SAVOIR PLUS...





VIDÉO INTRODUCTIVE À L'ANALYSE DE LA VALEUR



<https://bit.ly/IntroVA-Fr>



CONTACTEZ-MOI !

Plus d'informations, conseils, orientations...



Prenez directement rendez-vous avec Cédric Berger

<https://calendly.com/ced-berger/valuedesign>



bitly

MERCI!



UNIVERSITÉ DE LA VALEUR



Le Value Design, le meilleur des 3 mondes : Business Analyse, Design Thinking et Analyse de la valeur, Oct.

www.valueuniversity.org

