

les lundis
3 2 5
AGITATEURS D'IDÉES.

SEANCE VII

« Comment rendre son entreprise attractive pour ses salariés et ses clients via la QUALITE »

Hugues de ROQUEFEUIL (MKG 1985)

Lundi 7 mars 2011

HDR CONSEIL

SOMMAIRE

- Présentation du MFQ Île de France (*Intervention de Patrick MONGILLON – PDT MFQ IDF*)
- Présentation de l'outil qualité
- Les acteurs de la Qualité
- L'approche technique
- L'approche humaine
- Trouver le bon équilibre
- Les clefs du succès
- Inconvénients
- Avantages
- La satisfaction client
- Débat

1^{ère} PARTIE

MFQ CLUB FRANCILIEN

ÎLE DE FRANCE



**PROGRÈS &
PERFORMANCES**

Patrick MONGILLON

Une région attractive

- 700.000 entreprises – 99 % PME
- 4^{ème} PIB mondial (après Tokyo, New York et Los Angeles)
- 1^{ère} destination touristique mondiale
- 2^{ème} région en Europe en matière d'accueil d'investissements directs étrangers
- 2^{ème} région mondiale pour l'accueil des sièges des Fortune 500
- 2^{ème} plate-forme aéroportuaire d'Europe avec 2 aéroports internationaux
- 1^{ère} parc européen d'immobilier d'entreprise

Notre rôle

Faire vivre l'esprit de progrès et la culture de performances dans notre région Ile-de-France

- Les méthodes et les techniques
- Les attitudes et les comportements
- Les pratiques managériales

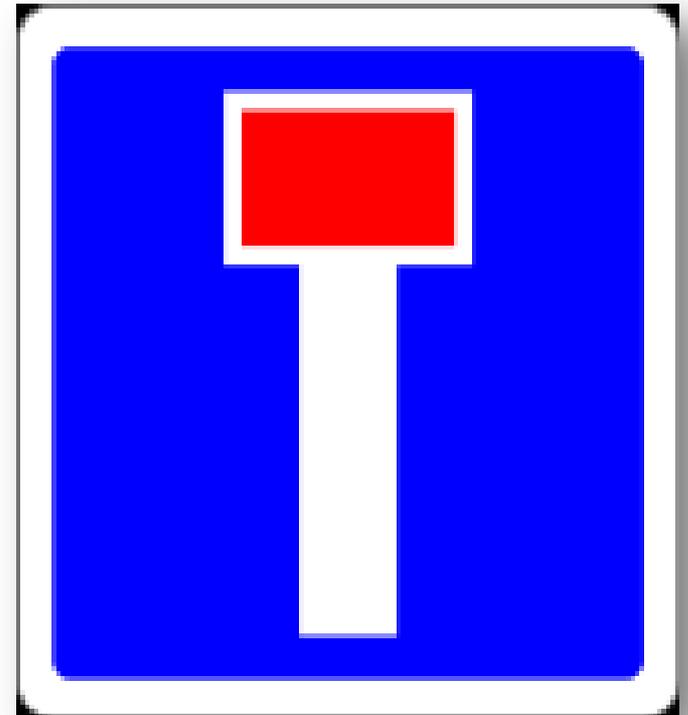
Nous sommes...

- Une association **neutre** et **indépendante**
- Un club où l'on se sent **bien**
- Un **partenaire** non commercial
- Une structure en **réseau**
- Un **animateur** de démarches de progrès



Nous ne sommes pas...

- *Un organisme de formation*
- *Une bibliothèque*
- *Un cabinet de consultants*
- *Un club d'affaires*
- *Un fournisseur de services gratuits*
- *Une boutique*
- *Une structure de spécialistes*



La recherche de performances globales et dans la durée

- **Globales** : toutes les parties prenantes et pas uniquement les finances
- Dans la **durée** : des résultats court et long terme

~~Conformité~~



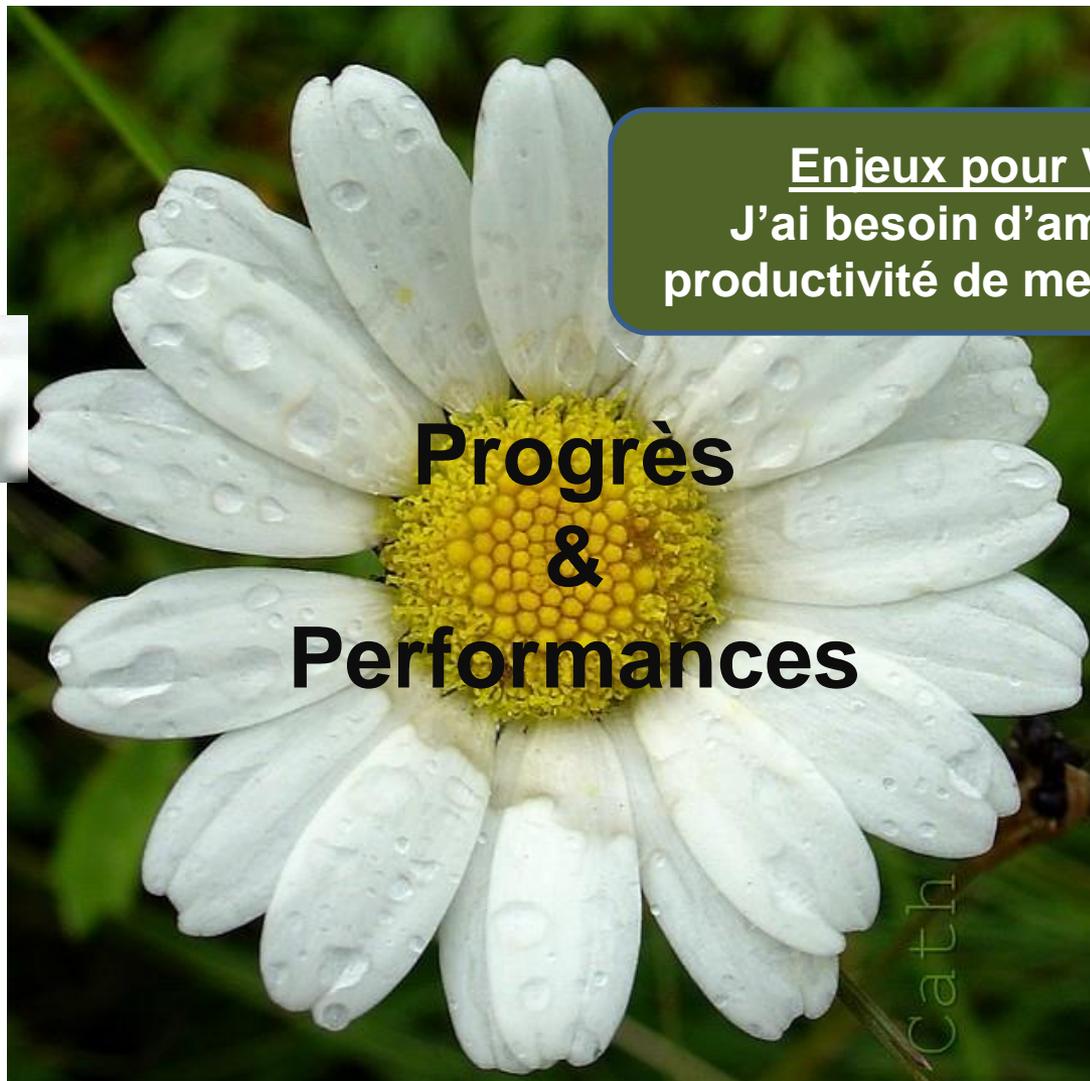
Performances

~~Outils~~



Enjeux fédérateurs

Une approche liée à vos enjeux



Enjeux pour VOUS :
J'ai besoin d'améliorer la
productivité de mes processus

**Progrès
&
Performances**

Une approche liée à vos enjeux



Outil pour VOUS :
LEAN MANAGEMENT



Enjeux pour VOUS :
J'ai besoin d'améliorer la
productivité de mes processus

**Progrès
&
Performances**

Une approche liée à vos enjeux



Enjeux pour VOUS :
Je souhaite avoir un cadre
managérial (multi parties
prenantes) orienté performances

**Progrès
&
Performances**

Une approche liée à vos enjeux



Outil pour VOUS :
EFQM



Enjeux pour VOUS :
Je souhaite avoir un cadre
managérial multi parties prenantes
orienté performances

Progrès
&
Performances

Empowerment

Six Sigma

TPM, 5S

ISO 9001, etc.

Kaizen

Frameworks

Lean

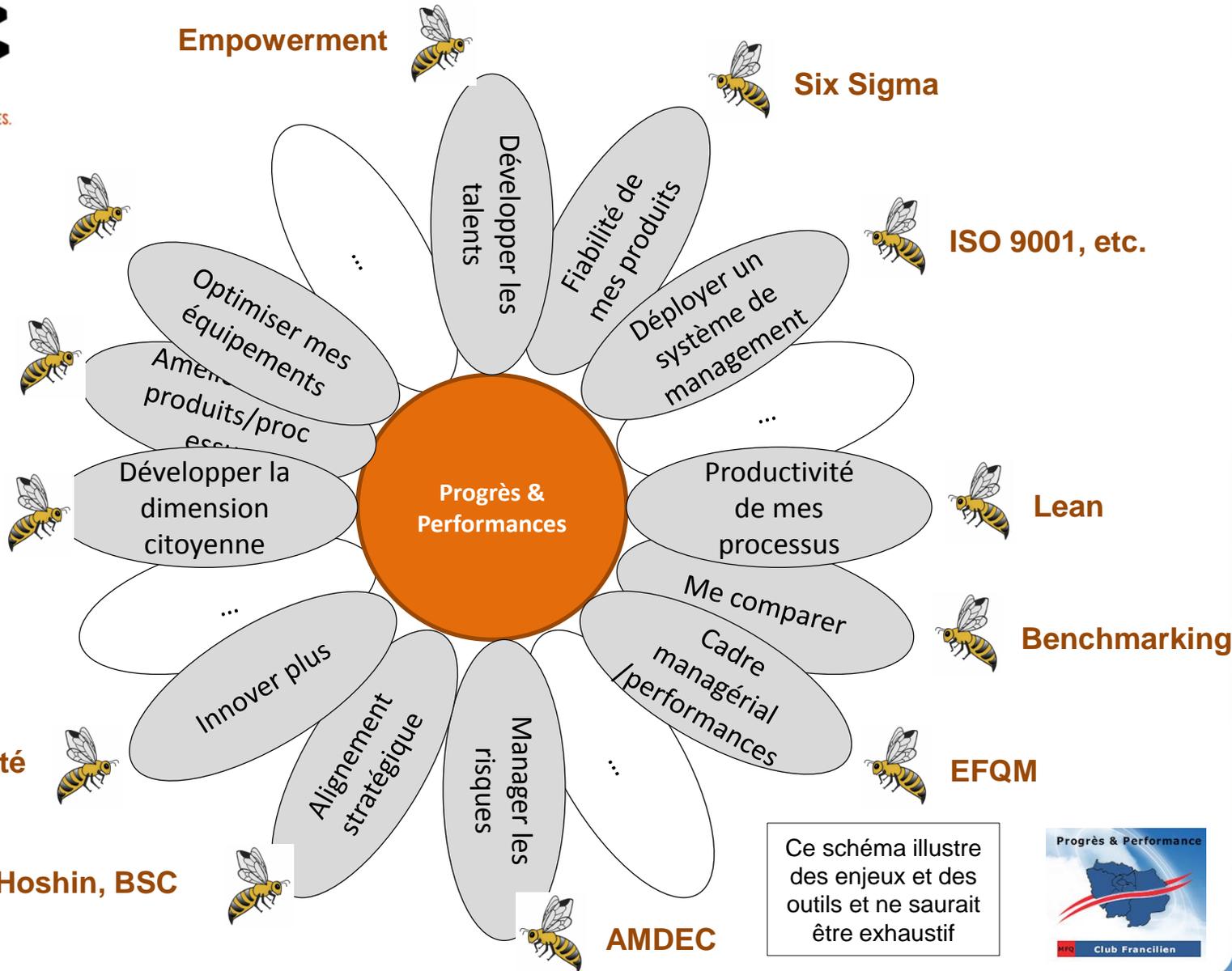
Benchmarking

Mét. créativité

EFQM

Hoshin, BSC

AMDEC



Ce schéma illustre des enjeux et des outils et ne saurait être exhaustif



Nos activités

Matinées Bonnes Pratiques (MBP)

1 thème
1 expert
1 témoignage
1 matinée

Exemples thèmes :

- Tableau de bord de la performance
- Innovation
- Lean management
- Déploiement stratégie

Prix Progrès Performances (PPP)

Référentiel EFQM
Évaluateurs agréés
Benchmarking

Prix 2009 :

- Lauréat : INLEX
- Cérémonie au Medef
- Remise des prix par Pierre Gattaz

Club Auditeurs Croisés (CAC)

Bourse offre/demande
Audits multi référentiels

Démarrage en cours

Un livre un auteur

Rencontre un auteur avec son public

Exemples :

- La boîte à outils du responsable qualité
- La qualité soyez tranquille je la surveille de près

Prix Qualité Performances 2009

Le MFQ CLUB FRANCILIEN PROGRES & PERFORMANCE
en partenariat avec l'EFQM*

Prix Qualité et Performances Île de France 2009

EFQM 
Shares what works.

*European Foundation for Quality Management

Les temps forts de la manifestation

- ✈ La région Île de France ses enjeux ses atouts,
par Marc KNOLL Agence Régionale du Développement
« PARIS 1^{ère} marque mondiale ! »
- ✈ La table ronde des membres du Jury
 - Bernard VAUCELLES (ancien DG AFNOR & ISO)
 - Sylvie CHATY Développement Industriel DRIRE
 - Michel LAVIALLE (ancien DQ Société Générale)
 - Patrick MONGILLON Président MFQ
 - Brigitte BAILHE Vice Présidente MFQ
- ✈ Témoignage d'expérience de démarches de progrès
Jean Paul VIMONT Directeur Général Adjoint de la CCI d'Alençon,
lauréat en 2008 du Prix Français Qualité & Performances.
- ✈ Remise du prix de l'AUDACE par M. Frédéric LASNIER, PDG de PENTALOG



Prix Qualité Performances 2009

 **Table ronde des évaluateurs,**
asseesseurs EFQM nationaux et internationaux reconnus

- **Marc BAZINET** EDF
- **François GALLON** SB Alliance groupe BONGRAIN
- **Marie Martine BRUTIN** ex AFNOR
- **Bruno LOCKART** GDF SUEZ
- **Mickaël CRECHE** RICOH

 **La remise du prix par M. Pierre GATTAZ** Président de la FIEEC
à INLEX Expertises



Prix Qualité Performances 2009

Le Palmarès 2009

INLEX IP EXPERTISE

Prix Qualité et Performance Ile de France 2009

Mention « management des montées en compétences et l'entretien des compétences »

Diplôme EFQM : R4E 4 étoiles (Reconnaissance de l'Excellence)



UNION INVIVO – Direction Stockage

Finaliste PRQP IdF 2009

Mention « orientation client, écoute clients »



ALHYANGE acoustique

Demi-finaliste PRQP IdF 2009

Mention « management des connaissances »

Diplôme EFQM : C2E (Engagement vers l'Excellence)





Prix Progrès Performances 2010-2011

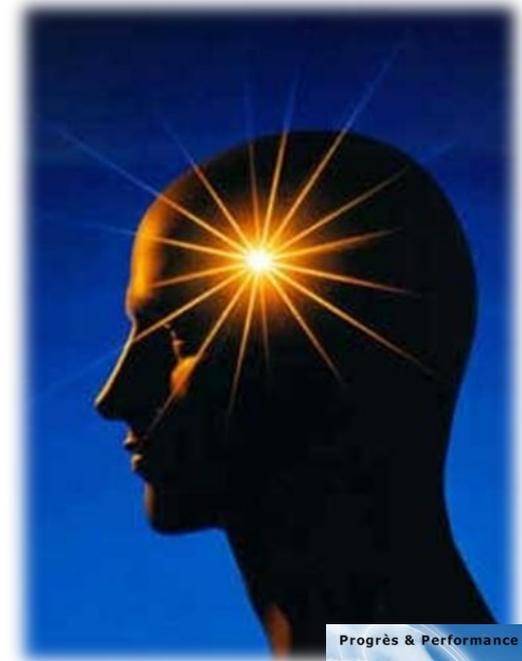
Save the date

28 juin 2011 au MEDEF – 14h-18h



Demain, des idées

- **Journée « recul-rupture-décalé »**
- **Visites d'entreprises**
- **Club lean, innovation, ...**
- **Les apéros performants**
- **Groupes de travail**
- **...**



Venez nous rejoindre ...

- Être **compétitif** ou subir les délocalisations,
- Être **performant** ou mourir,
- Être **innovant** ou voir ses clients partir à la concurrence,
- Être **excellent** ou perdre de l'argent,
- Être **attractif** ou perdre ses meilleurs collaborateurs,
- Être **citoyen** ou dégrader la planète,
- **Agir** ou subir



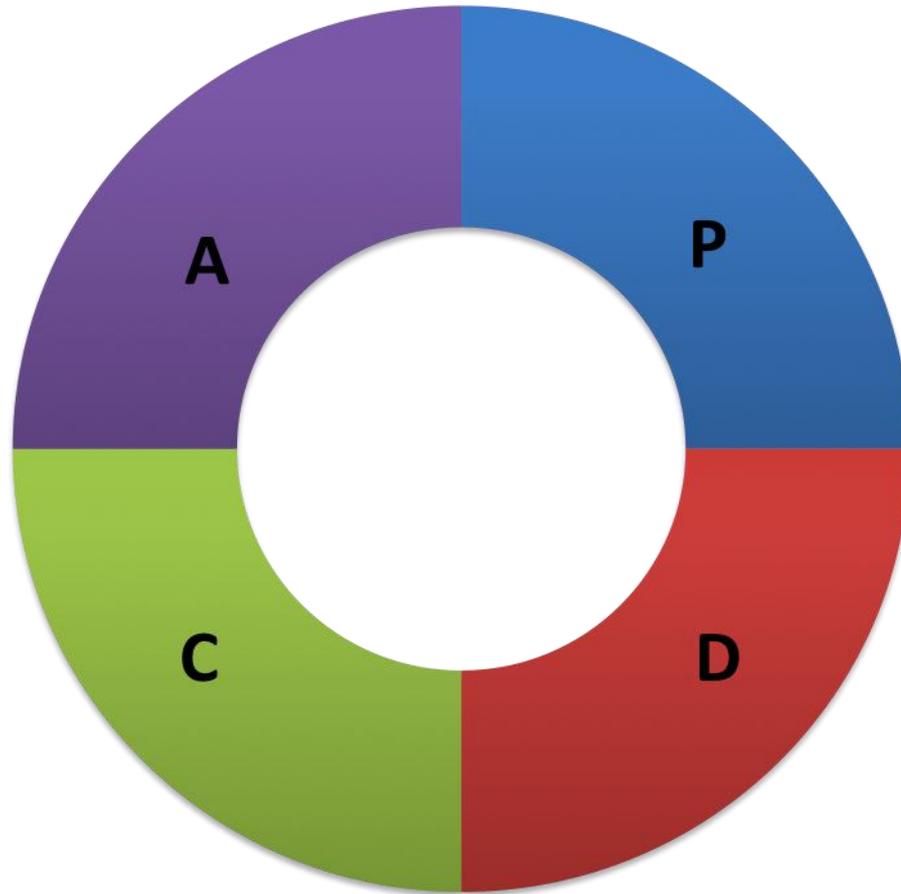
... il y a urgence !

2^{ème} PARTIE

**Comment rendre son entreprise
attractive pour ses salariés et
ses clients via la QUALITE ?**

- Présentation de l'outil qualité
- Les acteurs de la Qualité
- L'approche technique
- L'approche humaine
- Trouver le bon équilibre
- La clef du succès
- Inconvénients
- Avantages
- La satisfaction client

LA ROUE DE DEMING



- Plan
- Do
- Check
- Act

LES GRANDS PRINCIPES

1. DIRE CE QUE L'ON VA FAIRE
2. FAIRE CE QUE L'ON A DIT
3. CONTRÔLER CE QUE L'ON A FAIT

L'APPROCHE HUMAINE

20% DE TECHNIQUE

80% D'HUMAIN

Trouver le bon équilibre



LA CLEF DU SUCCÈS

LE TEMPS

INCONVÉNIENTS

- Changements des habitudes
- Tensions internes
- Adaptation documentaire

AVANTAGES

- Fluidification des rouages de l'entreprise
- Augmentation de l'efficacité
- Amélioration de l'image
- Fierté d'appartenance
- Implication des acteurs internes et externes
- Traçabilité de la prestation ou de la fabrication

LA SATISFACTION CLIENT



PRESENTATION

- Système de mesure de la satisfaction client mis au point pour les entreprises de services grâce à une expérience de 20 ans dans le nettoyage industriel. Ce modèle a fait ses preuves pour plusieurs entreprises du secteur et permet de répondre à l'exigence de traçabilité, véritable clef de voûte de la Qualité

PRINCIPE

- Les clients du panel font l'objet de plusieurs appels nécessaires à l'obtention des réponses attendues exprimées par les interlocuteurs que vous nous aurez indiqué sur le document d'information initial. Chaque client sera décrit par une fiche d'audit rassemblant les informations propres à sa relation avec votre société et par une fiche d'appel relatant le contenu de l'entretien téléphonique. Pour compléter ce dispositif une analyse statistique sera proposée sur la base des réponses obtenues en matière de satisfaction à la question suivante :
- « Si vous deviez évaluer votre degré de satisfaction entre les options suivantes, laquelle choisiriez vous ? »
 - Fort
 - Moyen
 - Faible
- Un point sera attribué pour chaque réponse. Les options moyen fort ou moyen faible choisies par certains de nos interlocuteurs seront prises en compte donnant lieu à l'affectation d'un demi point.
- Les erreurs de données susceptibles d'intervenir dans le fichier seront répertoriées et classées afin d'obtenir des résultats les plus fiables possibles.
- Une mise à jour du fichier sera réalisée avant chaque campagne d'appel.
- Un rapport de synthèse mettra en évidence les points d'améliorations exprimés.

OUTILS

- Fiches Clients: Ce document regroupe pour chaque client, l'ensemble des informations nécessaires à la réalisation de l'enquête pour en garantir la pertinence.
- Fiches d'Appels: Ce document regroupe pour chaque client la teneur de l'entretien téléphonique réalisé.
- Questionnaire: Élaboration d'un questionnaire type validé avant le début de l'enquête.
- Accord de confidentialité
- Données statistiques
- Campagne d'appels

OBJECTIFS

- Renforcer la relation client
- Apporter du chiffre d'affaire marginal
- Valoriser le savoir faire de l'entreprise
- Alimenter la communication interne
- Dynamiser l'image de l'entreprise
- Favoriser la communication externe
- Améliorer en continu la prestation
- Campagne d'appels annuelle avec mise à jour

DÉBAT

Lundi 7 mars 2011



HDR

CONSEIL



Merci et à très bientôt !
[RDV lundi 4 avril prochain...](#)

DELEGUEE GENERALE - FORCE EDC:

Claude BOISMORAND

Mail: claire.boismorand@edcparis.edu

ANIMATEUR – LUNDIS EDC:

Eric HUERTAS (MI 2008)

Mail: eric.huertas@pumpup.fr

Josselin LEBORGNE (ME 2008)

Mail: josselin.leborgne@pumpup.fr

INTERVENANT:

Hugues de ROQUEFEUIL (MKG 1975)

Mail: hugues@de-roquefeuil.com

Patrick MONGILLON

