

Conduire un projet Benchmarking

Cours Pratique de 2 jours - 14h

Réf : BEN - Prix 2024 : 1 370€ HT

Le benchmarking constitue un levier d'innovation incontournable pour l'entreprise. Ce stage permet d'appréhender cette technique comme une méthode d'analyse comparative mais aussi comme un outil de management. Il en recense les meilleures pratiques.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

- Identifier les différents types de benchmarking
- Rédiger le cahier des charges du projet
- Recenser les sources d'informations et les partenaires
- Analyser les données recueillies
- Communiquer les bonnes pratiques auprès des équipes

TRAVAUX PRATIQUES

Réflexion collective à partir de cas réels, étude de cas, mises en situation suivies d'un débriefing personnalisé, échanges de bonnes pratiques.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 08/2018

1) Cerner les enjeux du benchmarking

- Définitions et concepts associés.
- Un outil au service de la compétitivité.
- Différents types de benchmarking : concurrentiel, interne, fonctionnel, générique, stratégique.
- Etude comparative.
- Champs d'applications (production, logistique, gestion, marketing, commercial...).
- Actions sur les coûts ou les délais.

Exercice : Réflexion sur les différents types de benchmarking.

2) Maîtriser la démarche benchmarking

- Les différentes méthodes.
- Le benchmarking auprès des concurrents directs.
- Le benchmarking interne, externe, orienté fonction.
- Les conditions de réussite. Les quatre phases et les dix étapes du processus.
- Poser clairement les problèmes et les dysfonctionnements dans son entreprise.
- Fixer le cadre du benchmarking. Etablir le cahier des charges.
- Choisir les entreprises.
- Définir des indicateurs de performance.

Travaux pratiques : Les participants rédigent et présentent le cahier des charges du projet de benchmarking.

3) Réaliser le projet benchmarking

- Nommer le responsable de projet, constituer une équipe dédiée.
- Choisir ses partenaires.
- Recenser les sources d'information (Internet, presse spécialisée).

PARTICIPANTS

Chefs de projet en charge de la mise en œuvre du benchmarking, chefs de produit, responsables marketing et commercial, consultants.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Mettre en place un comité de pilotage.

Travaux pratiques : En sous-groupes, recenser les sources d'information pertinentes sur le cas présenté.

4) Exploiter les données recueillies

- Analyser les performances et mesurer les écarts.
- Identifier les causes de non-performance.
- Recenser les données et pratiques performantes.
- Analyser les données recueillies.
- Fixer les futurs niveaux de performance.
- Repérer les pistes d'amélioration.
- Développer un plan d'action et d'évaluation.
- Mettre en place un tableau de suivi d'amélioration.

Etude de cas : Identifier les causes de non-performance à partir des données recueillies. Construire un plan d'action et d'évaluation.

5) Transposer les meilleures pratiques

- Communiquer en interne sur les résultats à partir des tableaux de suivi des performances.
- Valider avec les équipes leur déploiement opérationnel.
- Conduire le changement.

Travaux pratiques : Construire une communication auprès des équipes internes et obtenir leur adhésion.

LES DATES

Nous contacter