

Tableau de bord prospectif

<p>Objectifs : Comprendre les différences entre le tableau de bord « classique » et le tableau de bord prospectif. S'approprier la démarche « Balanced scorecard » : formaliser la stratégie, déployer des objectifs et des modes d'action, lier la mesure (indicateurs) à la stratégie et piloter la stratégie. Connaître les problématiques concrètes de mise en œuvre du tableau de bord prospectif au sein de l'entreprise ou du service.</p>	<p>Personnes concernées</p> <p>Toute personne amenée à élaborer un tableau de bord prospectif.</p> <p>Pré requis : aucun.</p>
<p>PROGRAMME</p>	
<p>► Le tableau de bord de gestion traditionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tableau de bord : instrument de reporting ● Orienté vers le contrôle et la prise de décision <ul style="list-style-type: none"> ● Indicateurs de moyens mesurent la consommation des facteurs nécessaires à l'obtention de la production ● Indicateurs de résultat évaluent le niveau de réalisation des missions sur les plans quantitatif et qualitatif ● Indicateurs d'environnement fournissent des informations externes qui ont une influence sur l'activité du centre concerné et sur les décisions des responsables ● Mesure de la performance passée ● Systèmes d'évaluation des performances exclusivement centrés sur le suivi des résultats financiers <p>► Le tableau de bord prospectif</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Travaux d'un professeur : R.S. Kaplan et d'un consultant D.P. Norton dans les années 1990s ● Passage de l' « e-économie » à « l'économie de la connaissance » ● Le savoir n'est plus facteur de production, mais source d'innovations. ● La compétitivité par les coûts ne suffit plus ● D'autres variables doivent être prises en compte (stratégie de différenciation, qualité) ● Indicateurs de la performance future ● Equilibre entre la perspective financière et les perspectives du client, du processus et des employés <p>► Méthode</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Appellations <ul style="list-style-type: none"> ● Balanced ScoreCard (BSC) ● Tableau de bord équilibré ● Tableau de bord prospectif (TBP) ● 4 processus <ul style="list-style-type: none"> ● Traduire la vision en objectifs opérationnels ● Communiquer la vision et la décliner en performance individuelle ● Planification d'activité ● Feedback et apprentissage puis ajustement de la stratégie ● Indicateurs : 4 axes – dimensions de la performance 	<p style="text-align: center;">PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur</p> <p>Spécialiste du contrôle de gestion</p> <p>Méthode pédagogique</p> <p>Pédagogie interactive et séquentielle alternant des phases théoriques et des exercices d'application tirés de l'activité et de la stratégie de l'entreprise ou du service.</p> <p>Remise d'un support de cours illustré d'exemples concrets.</p> <p><u>Intra entreprise</u></p> <p>Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><u>Inter entreprises</u></p> <p>Tarif par personne</p> <hr/> <p style="text-align: center;">2 jours</p> <hr/> <p style="text-align: center;">1 150 €</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : GC030</p>

- Financiers – ce que l'on apporte aux actionnaires
- Clients – ce qu'attendent les clients
- Qualité et l'efficacité des processus internes – quels processus apportent de la valeur ?
- Apprentissage organisationnel – Comment piloter le changement ? Adapter l'organisation pour la rendre apprenante
- Point sensible : 4^{ème} axe
 - Nouvelles connaissances par des effets d'interaction entre les décideurs, les opérationnels, les clients, et les autres parties prenantes
- La vision et les orientations
 - La mission identifie la raison d'être de l'entreprise
 - La vision complète la mission en définissant ce que l'entreprise veut devenir
 - Les valeurs définissent les croyances de l'entreprise

► La création du TBP en sept étapes

- L'identification des facteurs clés de succès (FCS)
- La définition des mesures clés de succès (MCS)
- Trouver les bons indicateurs « Financiers »
- Trouver les bons indicateurs « Clients »
- Trouver les bons indicateurs « Processus »
- Trouver les bons indicateurs « Apprentissage »
- Etablir la carte stratégique

► La mesure et l'analyse des résultats

- Communication : techniques simples de représentation des données. Communication à différents publics : salariés, équipe dirigeante et conseil d'administration
- Deux sortes de mesure : déterminants de la performance et mesures de résultats. Indicateurs a priori et a posteriori. Recueil des mesures : procédures de collecte identifiant les responsabilités et les modalités de mise en œuvre
- Interprétation des résultats : principes de causes à effets permettant de relier objectifs, indicateurs (financiers et non financiers), valeurs cibles et initiatives
- Alignement vertical stratégique : chaque acteur de l'entreprise, du sommet jusqu'à la base de la hiérarchie, connaît la stratégie et la place qu'il tient dans sa réalisation
- Cycle de bilan et d'ajustement pour intégrer les améliorations nécessaires

► Problématiques

- Balanced scorecard et tableau de bord "classique" sont-ils complémentaires ou concurrents ?
- Peuvent-ils être intégrés ?
- Le système d'information de l'entreprise est-il compatible ?

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France