



MASTER CLASS

VALEUR

26

Avril

17h30

11.30 am Quebec



Michel Thiry, PMP®

Managing Partner, Valense Ltd. |
Strategic Consultant | Author |
Speaker | Team Coach |



Lucie Parrot, CVS® life

Présidente chez Martin Parrot inc.
Senior Consultante Value Management



Cédric Berger, CBAP®

Président chez Mark International
Senior Business, Process & Value Analyst



UNIVERSITÉ DE LA VALEUR



www.valueuniversity.org

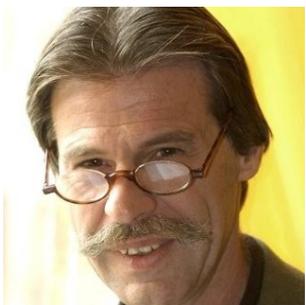
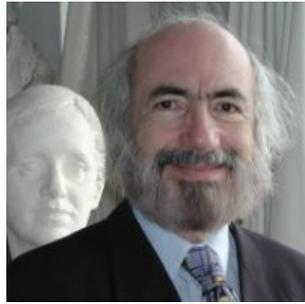


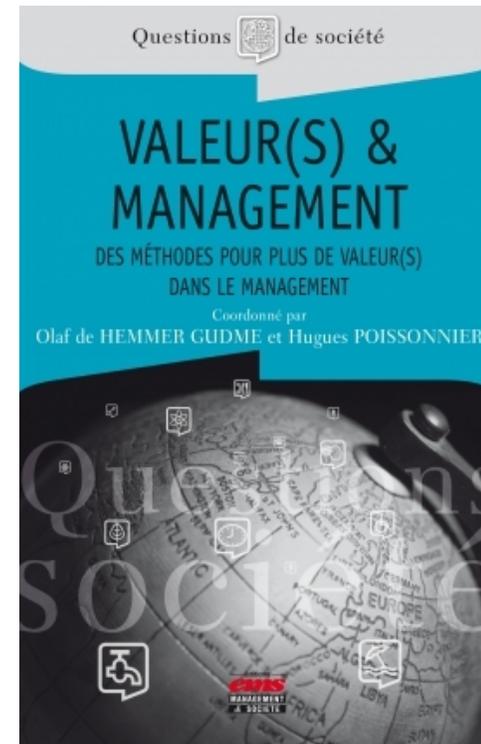
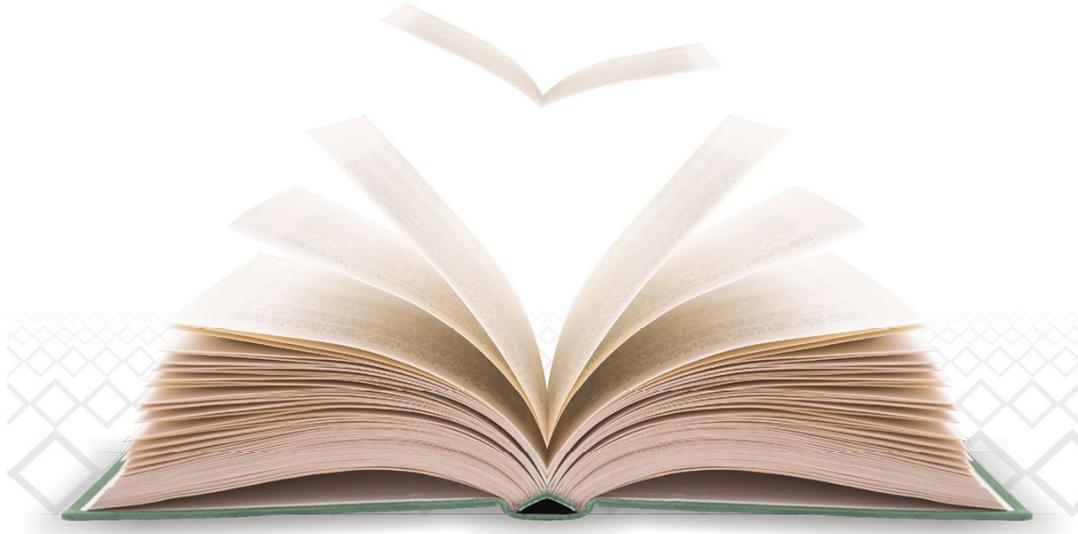
- **Conseil**
- **Formations**
- **Certifications**
- **Ateliers AV**
- **Conférences**



UNIVERSITÉ *de la* VALEUR
VALUE UNIVERSITY







Créée par **Cédric Berger** et **Olaf de Hemmer**, l'Université de la Valeur rassemble les auteurs de l'ouvrage « Valeur(s) et Management » édition EMS et du Think Tank éponyme ainsi que d'autres formateurs spécialisés en Analyse de la Valeur, Business & Process Analysis.

L'Université de la Valeur inspire de nombreux citoyens à créer de la valeur à tous les niveaux de la société.

Notre objectif : vous faire découvrir que la création de valeur(s) n'est pas seulement réservée aux initiés et que chacun d'entre vous, dans tous les secteurs de l'entreprise, à son niveau, peut créer de la valeur => **Devenez des créateurs de valeur(s) à tous les niveaux de la société**

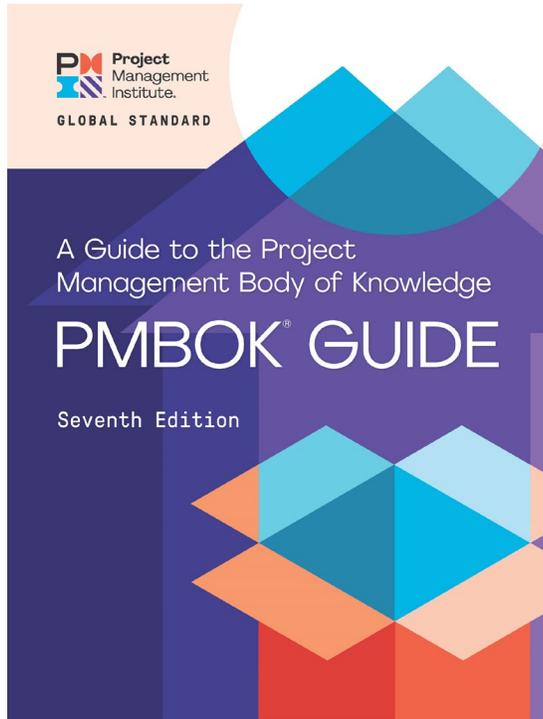
Notre principe : s'inspirer des créateurs de valeur(s) de tout horizon et appliquer leurs « démarches valeur(s) » => **Value(s) Designer**

Notre ambition : favoriser la réflexion et diffuser au plus grand nombre les techniques, méthodes et outils qui permettent de créer plus de Valeur(s).
=> **Faire + de bien avec - de biens, tous ensemble !**



CHEFS DE PROJET, ET SI ON PARLAIT VALEUR !





Exemple du principe : Se concentrer sur la valeur

Se concentrer sur la valeur

Il s'agit d'évaluer et d'ajuster constamment l'alignement du projet sur les objectifs de l'organisation, ainsi que sur les bénéfices et la valeur escomptés.

- La valeur est l'indicateur ultime de réussite d'un projet;
- La valeur est créée tout au long du projet, à la fin du projet ou après l'achèvement du projet;
- La valeur, ainsi que les bénéfices y contribuant, peut être définie de manière quantitative ou qualitative;
- Une équipe projet centrée sur les résultats soutient les bénéfices escomptés qui favorisent la création de valeur;
- L'équipe projet évalue les progrès et s'adapte afin d'optimiser la valeur prévue.

© 2021 Project Management Institute, Inc. Source: PMBOK® Guide – Seventh Edition

Extrait du Webinaire PMI France : PMBOK7® du jeudi 25 février



VALEUR ?

- QU'EST-CE QUE LA VALEUR ?
- COMMENT LA MESURER ?
- COMMENT LA MAITRISER ?
- QUELS STRATEGIES ?

5 min Intro Cédric + Panel Liste

Agenda

15 min Michel

- La Valeur dans les projets selon le PMI® - PMBOK®

5 min Lucie

- Définition et Démarche Valeur – Analyse de la Valeur
- **Démo** : Démarche Valeur sur un portefeuille de projet

10 min Lucie et Cédric

«Comment prioriser un portefeuille de projet selon la valeur ?»

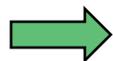
5 min Michel

5 min Lucie

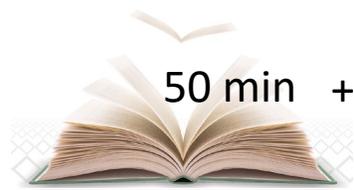
5 min Cédric

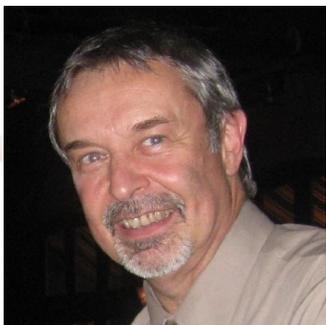
- Retour d'expériences, échanges, débats, Q&A avec nos experts

50 min + 40 min de discussions



(télécharger le Powerpoint au format pdf)



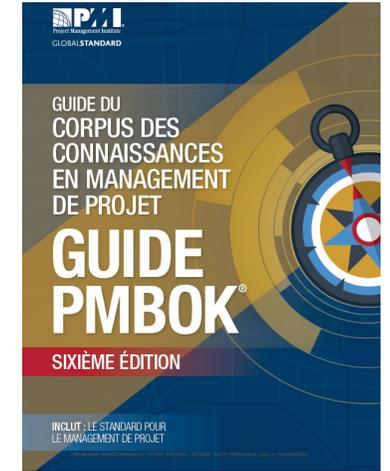


« VALEUR » DANS LES PROJETS



La notion de Valeur dans le *Guide PMBOK*® 6^e édition

- **Valeur commerciale ou organisationnelle:**
 - Bénéfice net quantifiable émanant d'un effort commercial
 - Bénéfice pour les parties prenantes (peut être tangible ou intangible)
 - Valeur financière (analyse coût-bénéfice) – NPV, ROI, PBP, BCR
 - Augmentation des capacités ou compétences de l'organisation
- **Valeurs éthiques ou sociales:**
 - Responsabilité, respect, équité et honnêteté
 - Respect des cultures et croyances, transversalité, intégration, contribution à la société
- **Valeur acquise – *Earned Value***
 - Perspective intégrée quant au périmètre, à l'échéancier et à la performance des coûts
- **Analyse du produit**
 - Analyse de la valeur ou ingénierie de la valeur



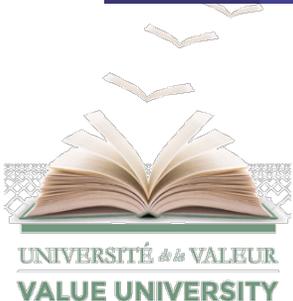
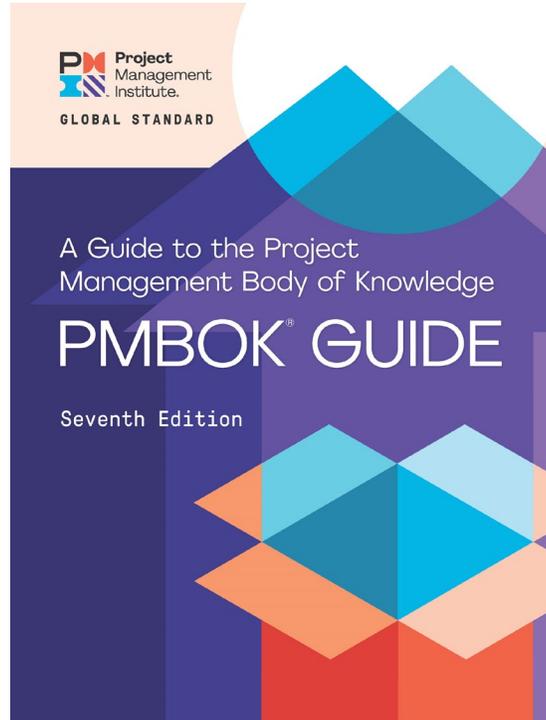
La valeur dans le *Guide PMBOK® 7^e édition*

*“Organizational leaders and teams undertake projects to realize **value for organizations and their stakeholders**. Successful projects deliver that intended value. [...]*

*Value is the **net tangible or intangible result of realized benefits less the cost of achieving those benefits**.*

For some organizations, value may represent financial gain. In other organizations, value may represent societal improvements or public good, such as increased literacy or lower fatality rates.”

Conclusion du Webinaire PMBOK7® PMI France du jeudi 25 février



Gestion de projet basée sur les processus



Livrables / Produits



Domaines de connaissances



Système pour produire de la valeur basée sur les principes



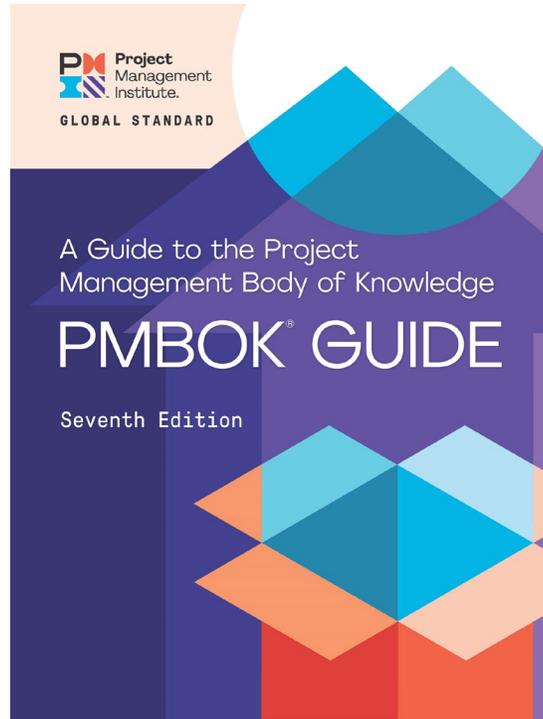
Résultats / Valeur



Domaines de performances



De quelle valeur parle-t-on?



Exemple du principe : Se concentrer sur la valeur

Se concentrer sur la valeur

Il s'agit d'évaluer et d'ajuster constamment l'alignement du projet sur les objectifs de l'organisation, ainsi que sur les bénéfices et la valeur escomptés.

- La valeur est l'indicateur ultime de réussite d'un projet;
- La valeur est créée tout au long du projet, à la fin du projet ou après l'achèvement du projet;
- La valeur, ainsi que les bénéfices y contribuant, peut être définie de manière quantitative ou qualitative;
- Une équipe projet centrée sur les résultats soutient les bénéfices escomptés qui favorisent la création de valeur;
- L'équipe projet évalue les progrès et s'adapte afin d'optimiser la valeur prévue.

© 2021 Project Management Institute, Inc. Source: PMBOK® Guide – Seventh Edition

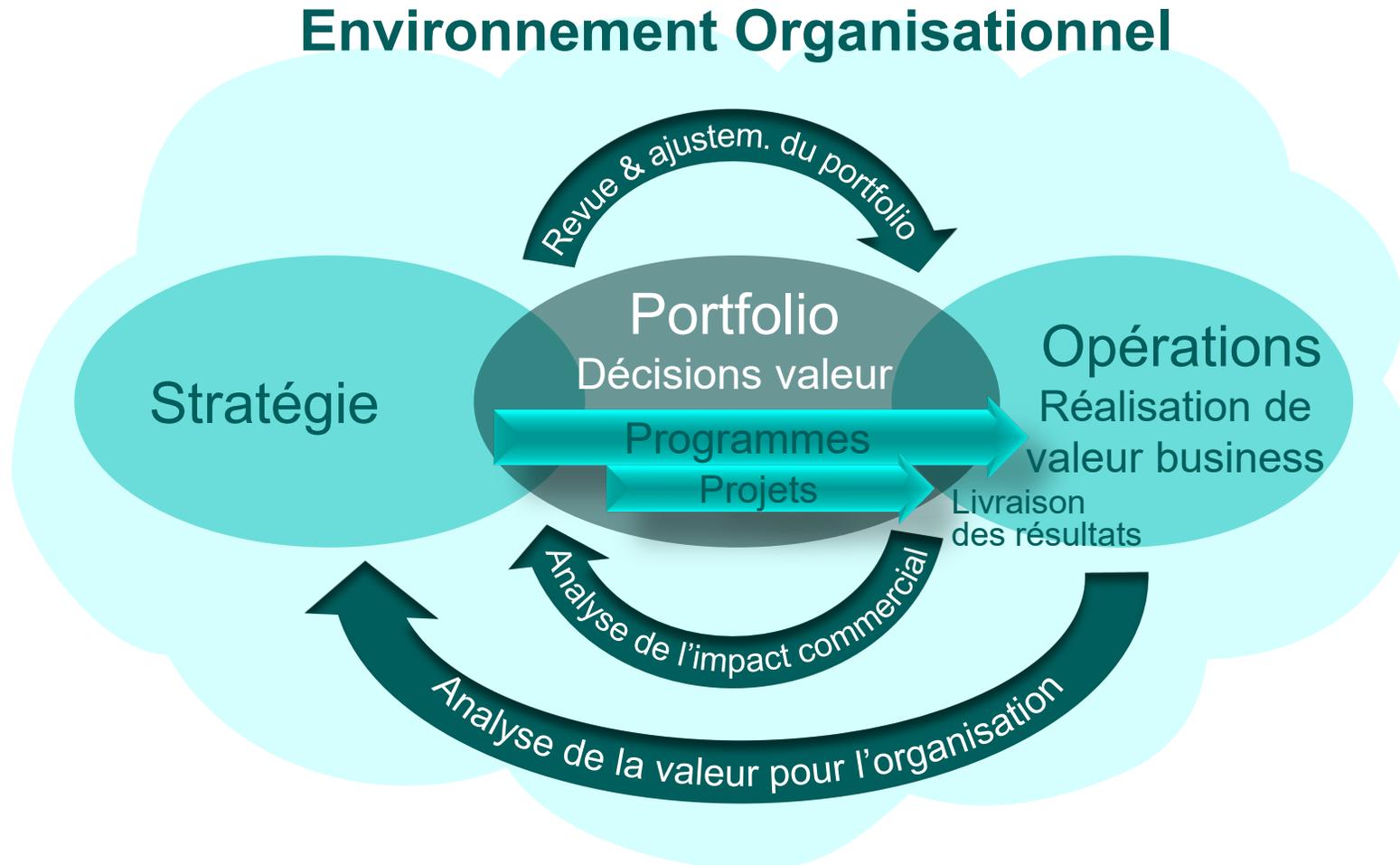
Extrait du Webinaire PMI France : PMBOK7® du jeudi 25 février

Le système de livraison de la valeur (*Value Delivery System*) Chapitre 2

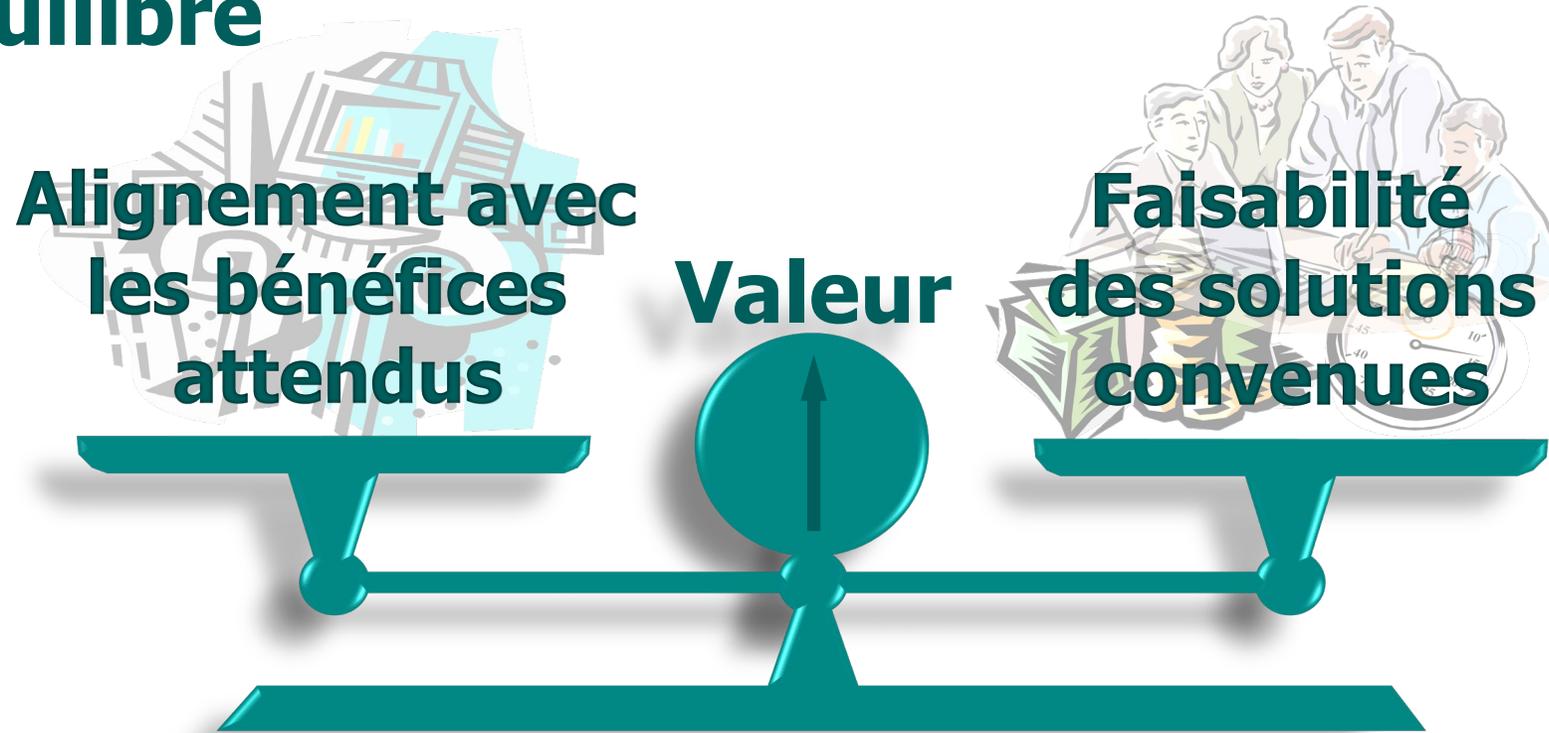
- Est focalisé sur la livraison de résultats donnant de la valeur (*Valuable Outcomes*) plutôt que de livrables:
 - ➔ Définir la **stratégie** organisationnelle...
 - ➔ Identifier les **objectifs** business...
 - ➔ Les transformer en **initiatives** réalisables (portfolios, programmes, projets)...
 - ➔ Produire des **livrables**...
 - ➔ Augmenter les **capacités** de l'organisation...
 - ➔ Produire des **résultats** tangibles et intangibles...
 - ➔ Créer des **bénéfices** pour les clients et utilisateurs...
 - ➔ Générer de la **valeur** pour l'organisation.



PMBOK® Guide, Seventh Edition **Value Delivery System**



La valeur est un ratio ou, encore mieux, un équilibre



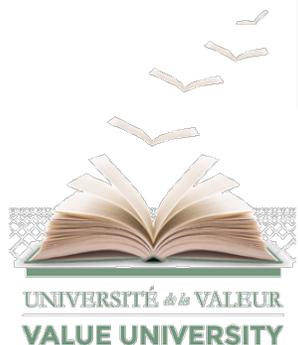
- La vraie valeur, c'est les « **bénéfices réalisés** ».
 - Donc, il existe deux composantes à la valeur:
 1. L'**alignement** avec les attentes: **Réalisation des bénéfices**
 2. La **faisabilité** des options alternatives: **Optimisation des risques**



L'ANALYSE



DE LA VALEUR



Historique de l'AV



- Lawrence D. Miles
 - Le père de l'AV
 - A énoncé que le client désire une fonction, non une chose
- Début chez General Electric au début des années 1940
- L'analyse fonctionnelle est le cœur de la démarche AV



Définition de la « VALEUR »

NF EN 1325-1 : «Relation entre la contribution de la fonction à la satisfaction du besoin et le coût de la fonction»

**La valeur est un moyen d'appréciation (ou jugement) de solutions :
c'est un indice de pertinence, constituant une aide à la décision.**

AFNOR FD X50-153:2009

$$\begin{array}{l} \text{Valeur} \\ \text{pour les parties} \\ \text{prenantes} \end{array} = \frac{\begin{array}{l} \text{Utilité} \\ \text{satisfaction de besoins} \end{array}}{\begin{array}{l} \text{Coût global} \\ \text{consommation de ressources} \end{array}}$$

Maximiser le couple (qualité, coûts)

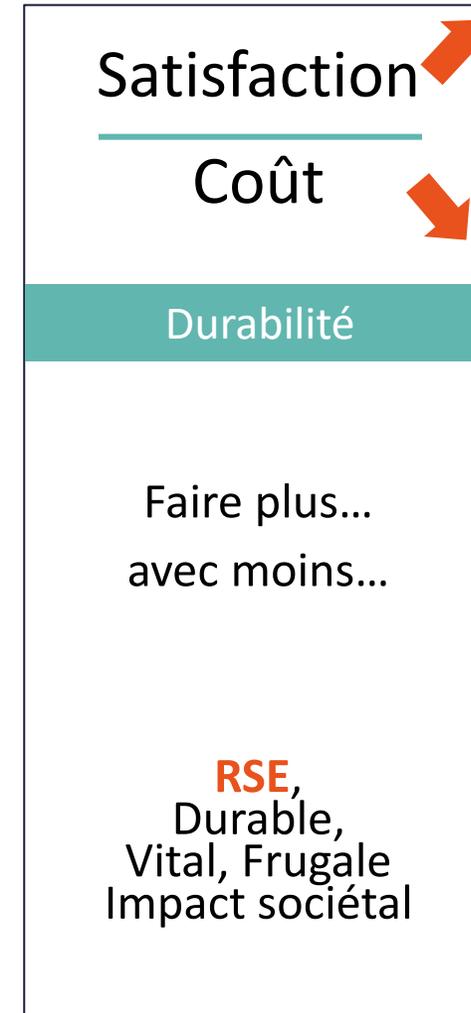
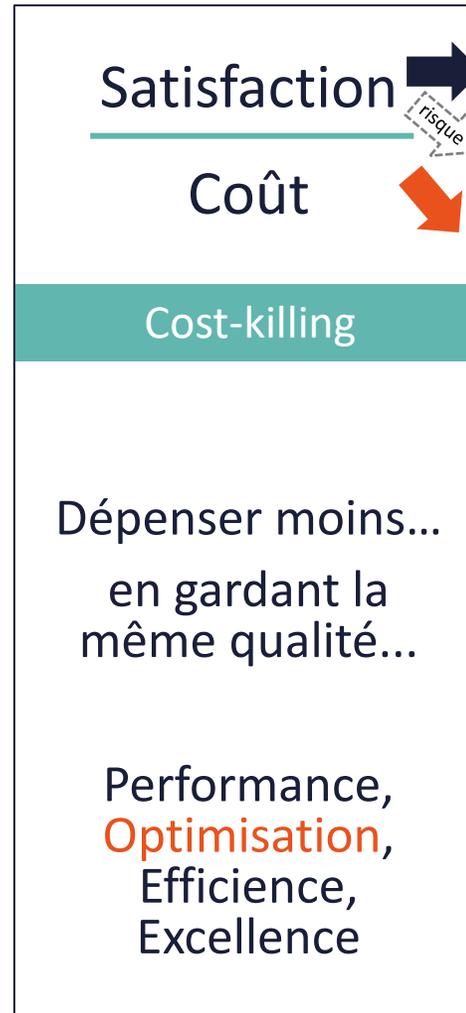
Qualité

Adéquation aux besoins de
l'utilisateur

Coûts

Dépense minimale de ressources
pour satisfaire le besoin

4 Stratégies Création de VALEUR



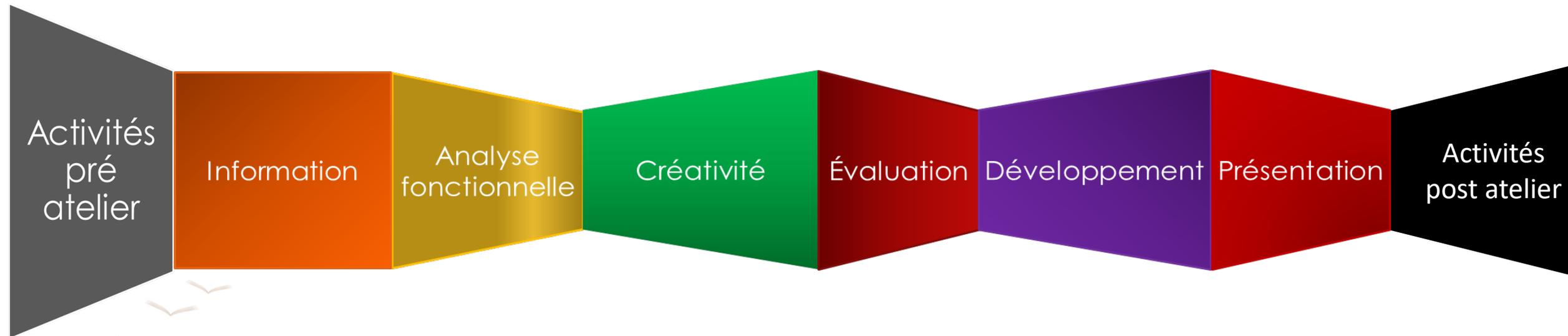


La démarche d'étude de la Valeur

- Processus systématique utilisé par une équipe pluridisciplinaire pour améliorer la valeur d'un projet, produit ou procédé, par l'analyse des fonctions et des ressources
- Utilisation de techniques qui aident les équipes à concevoir les produits, projets ou procédés qui ont la plus grande valeur pour répondre aux besoins des clients



Plan de travail en 6 phases





DÉMO



«Comment prioriser un portefeuille de projet selon la valeur ?»



Cas Pratique



Objectifs :

1/ Prioriser le portefeuille de projets

2/ Budget invest.
2020 : **3 M€**

- 10 projets – 4,8 M€ - Budget : 3 M€

Projets				
Num.	Nom	Domaine	Description	Coût
1	Extra-iNet	Marketing	Intranet Client et Fournisseur (connexion avec SuppEnd)	200 000 €
2	CRM+	Commercial	Intégration dans le CRM d'un espace client	50 000 €
3	B-Deal	Affaires	Intégration au CRM Module "Gestion et suivi des affaires"	150 000 €
4	PMEvent	Affaires	Gestion de projet des événements (MsSharpoint + MsProject)	75 000 €
5	SuppEnd 5.0	Achat	MAJ Gestion des fournisseurs (gestion contrat)	450 000 €
6	HypVirtual	Affaires	Evenement Virtuel	1 500 000 €
7	R3.0	Logistique	Nouvelle version de la gestion des équipements	760 000 €
8	CostMGR	Finance	Améliore l'Intégration des coûts dans GEM (facturation)	90 000 €
9	GEM R6	Finance	Facturation et Gestion par affaires	980 000 €
10	StaffOne R2	RH	Gestion du personnel	540 000 €
				4 795 000 €



Démarche 7 étapes

1. Elicitation des besoins
2. Structuration des besoins
3. Hiérarchisation (pondération) des besoins
4. Evaluation des projets (coûts – contribution)
5. Comparaison Coûts <-> Besoins
6. Valorisation Besoins <-> Projets
7. Priorisation des projets



Etape 1

ELICITATION

Récolter les besoins





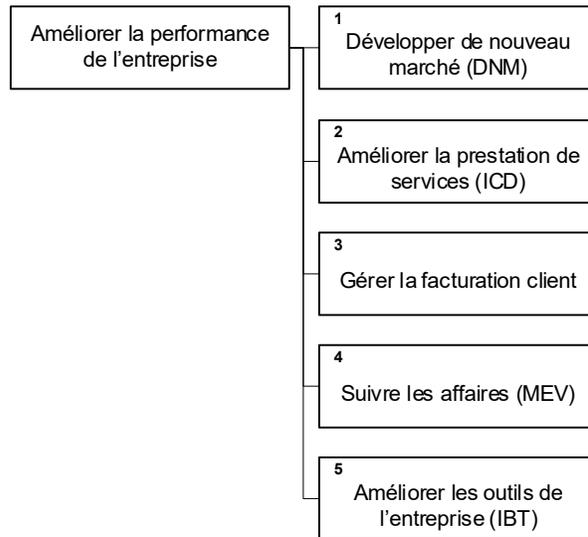
➤ +130 besoins

Identifiant (ID)	Besoins / Objectifs / Fonctions	Partie Prenante
		Pour qui ?
AD1	Améliorer les informations sur les factures	Administration
AD2	Limiter les erreurs humaines	Administration
AD3	Avoir la liste des incidents	Administration
AD4	Suivre les relation avec les clients	Administration
AD5	Améliorer la compétence des employés	Administration
CL1	Avoir des retours des clients	Client
CL2	Suivre les dysfonctionnements	Client
CL3	Gérer la facturation client	Client
CL4	Pouvoir payer par carte	Client
CL5	Gérer des lignes de crédits clients	Client
CL6	Avoir un point d'entrée unique	Client
CL7	Suivre les projets clients	Client
CL8	Avoir des rapports sur les projets	Client
CL9	garantir la transparence	Client
CL10	Identifier les différents types de clients	Client
CL11	Confirmer les commandes	Client
CL12	Payer par carte de crédit	Client
CL13	Capturer les opportunités clients	Client
CL14	Intégrer les services	Client
CM1	Suivre le nombre de membre	Communication
CM2	Avoir la connaissance des relations avec les clients	Communication
FI1	Gérer les informations	Finance
FI2	Intégrer les données dans un même outil	Finance
FI3	Intégrer la facturation avec la gestion des clients	Finance
FI4	Suivre les données	Finance
FI5	Gérer les mauvais clients	Finance
FI6	Analyser la performance des projets	Finance
FI7	Faire des prévisions	Finance
FI8	Récolter les données	Finance
FI9	Comparer le budget à la réalité	Finance
FI10	Gérer des indicateurs en temps réel	Finance
FI11	Intégrer toutes les données financières	Finance
FI12	Voir le statut des commandes	Finance
FI13	Controler les dépenses	Finance
FI14	Gerer les fournisseurs	Finance
FI15	Savoir combien coute les opérations	Finance
FI16	Avoir des statistique sur nos ressources consommées	Finance
FI17	Suivre le budget	Finance
FI18	Diminuer le nombre d'article dans le système	Finance
FI19	Prioriser les affaires	Finance
FI20	Connaitre l'état de nos ressources	Finance
FI21	Gérer les ressources	Finance

Identifiant (ID)	Besoins / Objectifs / Fonctions	Partie Prenante
		Pour qui ?
FI22	Faire de bonnes prévisions financières sur les futurs projets	Finance
FI23	Prévoir les ressources nécessaires	Finance
FI24	Connaitre le retour sur investissement	Finance
FI25	Avoir une bonne vision de nos ressources	Finance
FI26	Faire des estimations	Finance
FI27	Récolter les incidents	Finance
FI28	Gérer les réclamations	Finance
FI29	Rassembler toutes les informations des clients	Finance
FO1	Evaluer les fournisseurs, les revendeurs	Fournisseur
FO2	Connaitre les défauts d'équipement	Fournisseurs
FO3	Connaitre l'impact des problèmes et incidents sur les services	Fournisseurs
FO4	Mettre des références sur les équipements	Fournisseurs
FO5	Proposer des nouveaux services spéciaux	Fournisseurs
FO6	Interfacer le réseaux des fournisseurs	Fournisseurs
FO7	Connaitre nos capacités de production	Fournisseurs
FO8	Partager les données	Fournisseurs
FO9	Gérer les partenaires locaux	Fournisseurs
FO10	Evaluer les partenaires et fournisseurs	Fournisseurs
GL1	Document tous les savoir-faire	General
GL2	Centraliser les informations clients	General
HR1	Suivre la réglementation	HR
HR2	Evaluer les lois locales	HR
HR3	Payer les salariés	HR
HR4	Gérer le personnel	HR
IT1	Intégrer les outils réseau	IT
IT2	Constuire des tableaux de bords	IT
IT3	Intégrer les outils de suivi des fournisseurs	IT
IT4	Gérer les équipements des fournisseurs	IT
IT5	Automatiser les processus manuel	IT
IT5	Suivre les activités d'avant-vente	IT
IT6	Suivre les activités d'après-vente	IT
IT7	Gérer les réclamations	IT
IT8	Centraliser les opérations	IT
IT9	Gérer les incidents (analyser, suivre...)	IT
IT10	Innover et implémenter plus vite	IT
IT11	Gérer la transition des nouveaux équipements	IT
IT12	Avoir un cadre commun pour les équipements	IT
IT13	Gérer les nouvelles technologies	IT
IT14	Automatiser les processus	IT
IT15	Intégrer les différents services	IT
IT16	Suivre et gérer les projets internes	IT
IT17	Suivre et gérer les projets externes	IT

Identifiant (ID)	Besoins / Objectifs / Fonctions	Partie Prenante
		Pour qui ?
IT18	Explorer les solutions Cloud	IT
IT19	Définir un cadre technologique pour de nouveaux environnements	IT
IT20	Prévoir des formations pour faciliter l'intégration des technologies	IT
IT21	Récolter et suivre les informations liés aux activités, aux processus	IT
IT22	Suivre les coûts, les risques des projets	IT
IT23	Connaitre les besoins des métiers	IT
IT24	Etre capable de suivre les contrats	IT
IT25	Identifier les erreurs et bugs	IT
IT26	Améliorer le suivi des opérations (NEvent)	IT
IT27	Travailler ensemble (transversalité)	IT
LG1	Posseder des modèles pour les contrats non-standard	Legal
LG2	Finaliser les contrats	Legal
LG3	Suivre les processus légaux	Legal
LG4	Détenir la bonne information sur les contrat	Legal
LC1	Connaitre les lois	Logisitic
LC2	Avoir de l'information sur la chaine d'approvisionnement	Logisitic
LC3	Documenter le savoir-faire de la logisitique	Logisitic
LC4	Suivre les ordres d'expéditions	Logisitic teams
LC5	Suivre les expéditions	Logisitic teams
LC6	Evaluer les expéditions	Logisitic teams
MG1	Développer de nouveau marché (DNM)	Management
MG2	Améliorer la livraison des services (ICD)	Management
MG3	Suivre les affaires (MEV)	Management
MG4	Améliorer les outils "Business" (IBT)	Management
MK1	Gérer les réservations en ligne	Marketing
MK2	Gérer les relation clients	Marketing
MK3	Constuire un catalogue	Marketing
MK4	Définir des politiques de prix	Marketing
MK5	Adapter les prix en fonction de nos capacités et disponibilités	Marketing
MK6	Harmoniser les sites internet	Marketing
MK7	Uniformiser les expériences clients	Marketing
PJ1	Gérer les fournisseurs	Projets
PJ2	Créer des business case	Projets
PJ3	Améliorer les services personnalisées (flexibilités)	Projets
PJ4	Etre plus flexible	Projets
PJ5	Tirer des leçons des expériences	Projets
PJ6	Transférer les connaissances	Projets
VT1	Pouvoir faire des statistiques de ventes	Ventes
VT2	Faire de la veille marketing	Ventes
VT3	Avoir une base de données clients	Ventes
VT4	Pouvoir répondre aux appels d'offre	Ventes
VT5	Avoir des vues multidimensionnelles des ventes	Ventes
VT6	Gérer les événements	Ventes
VT7	Construire des business case	Ventes
VT8	Suivre les événements	Ventes
VT9	Générer des rapports	Ventes
VT10	Connecter différents systèmes	Ventes
VT11	Diffuser de l'informations en internes	Ventes
VT12	Comparer les prévisions et la réalité	Ventes
VT13	Gérer les dépenses d'exploitation (opex) et d'investissement (capex)	Ventes

Etape 2 – Structuration des besoins



5 axes stratégiques





Fichier Accueil Insertion Dessin Conception Données Processus Révision Affichage Développeur F.A.S.T. Draw Aide ACROBAT Rechercher des outils adaptés

Nouveau Diagramme Import Excel Ajout / Suppression Changement / Position Renseigner Fonction Couleur de remplissage Largeur Fonction Hauteur Fonction Renseigner Diagramme Actualiser Diagramme Changement police Espacement Horizontal Espacement Vertical Communiquer Diagramme A propos de F.A.S.T. Draw

Créer Structurer Arbre Modifier Fonctions Modifier Diagramme Diffuser

Formes

Rechercher des formes

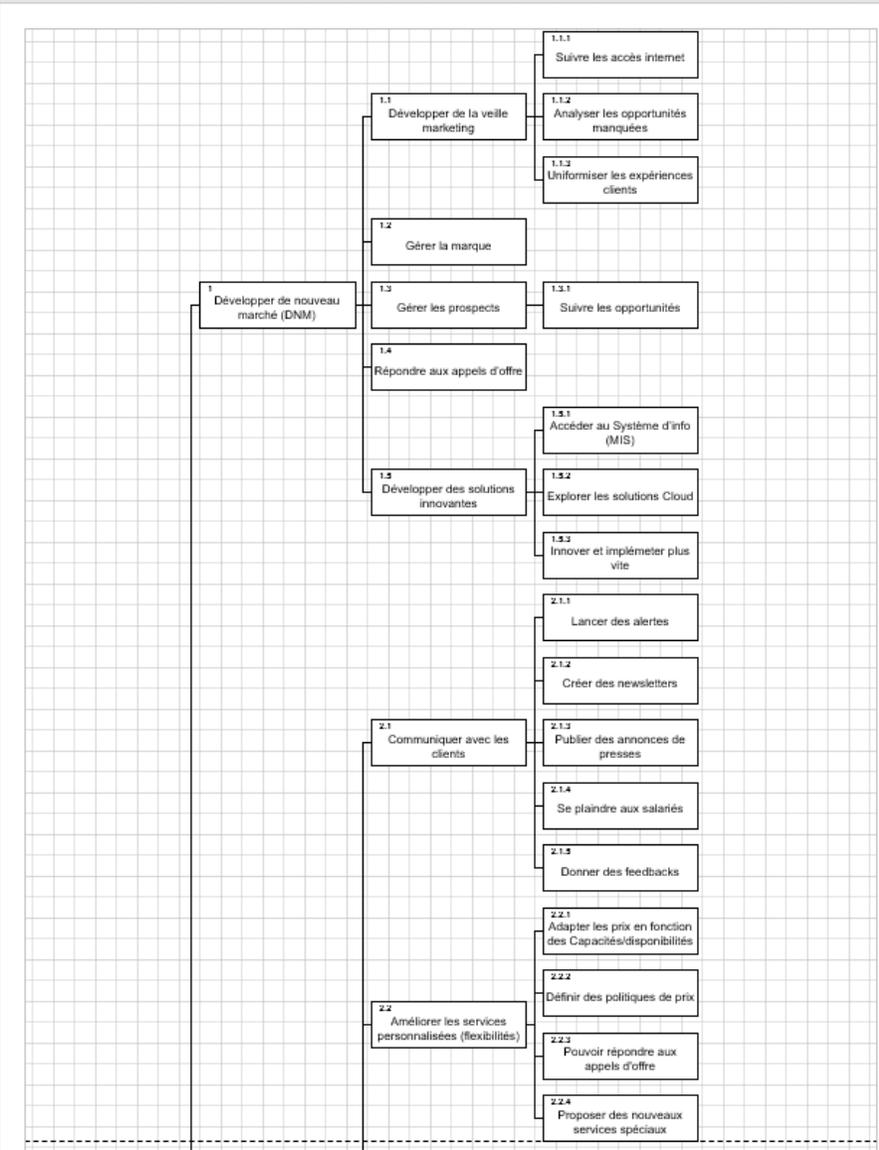
Autres formes

Formes rapides

FASTr - Tree Stencil

Déposer les formes rapides ici

But	Fonction
Lien	Commentaire
TITRE	AUTEUR
Titre	Auteur
DATE	
Date	Scope Line
Legende FR	Legende EN
Objectif	Fonction Une Fois
Fonction Tout le Temps	





Fichier Accueil Insertion Dessin Conception Données Processus Révision Affichage Développement F.A.S.T. Draw Aide ACRIBAT Rechercher des outils adaptés

Nouveau Diagramme Import Excel Ajout / Suppression Changement / Position Renseigner Fonction Couleur de remplissage Largeur Fonction Hauteur Fonction Renseigner Diagramme Actualiser Diagramme Changement police Espacement Horizontal Espacement Vertical Communiquer Diagramme A propos de F.A.S.T. Draw

Créer Structurer Arbre Modifier Fonctions Valeur 37 Valeur 11 Valeur 4 Valeur 4

Formes

Rechercher des formes

Autres formes

Formes rapides

FASTr - Tree Stencil

Déposer les formes rapides ici

But Fonction

Lien **1** Commentaire

TITRE AUTEUR

Titre Auteur

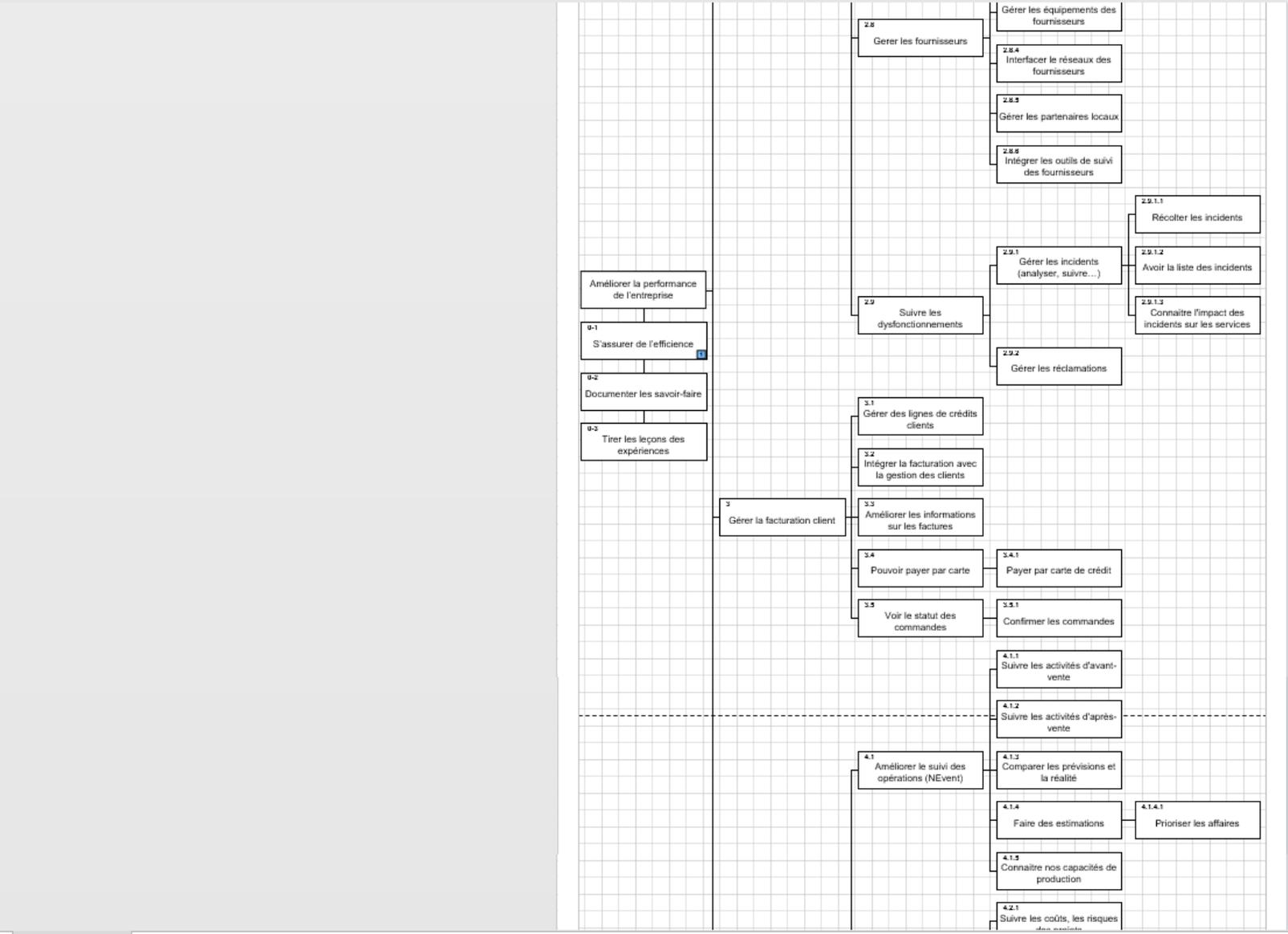
DATE

Date Scope Line

Legende FR Legende EN

Objectif Fonction Une Fois

Fonction Tout le Temps





Fichier Accueil Dessin Conception Données Processus Révision Affichage Développeur F.A.S.T. Draw Aide ACROBAT Recherche des outils adaptés

Nouveau Diagramme Import Excel Ajout / Suppression Changement / Position Renseigner Fonction Couleur de remplissage Largeur Fonction Hauteur Fonction Renseigner Diagramme Actualiser Diagramme Changement police Espacement Horizontal Espacement Vertical Communiquer Diagramme A propos de F.A.S.T. Draw

Créer Structurer Arbre Modifier Fonctions Modifier Diagramme Diffuser

Formes

Rechercher des formes

- Autres formes
- Formes rapides
- FASTr - Tree Stencil**

Déposer les formes rapides ici

But Fonction

Lien **1** Commentaire

TITRE AUTEUR

Titre Auteur

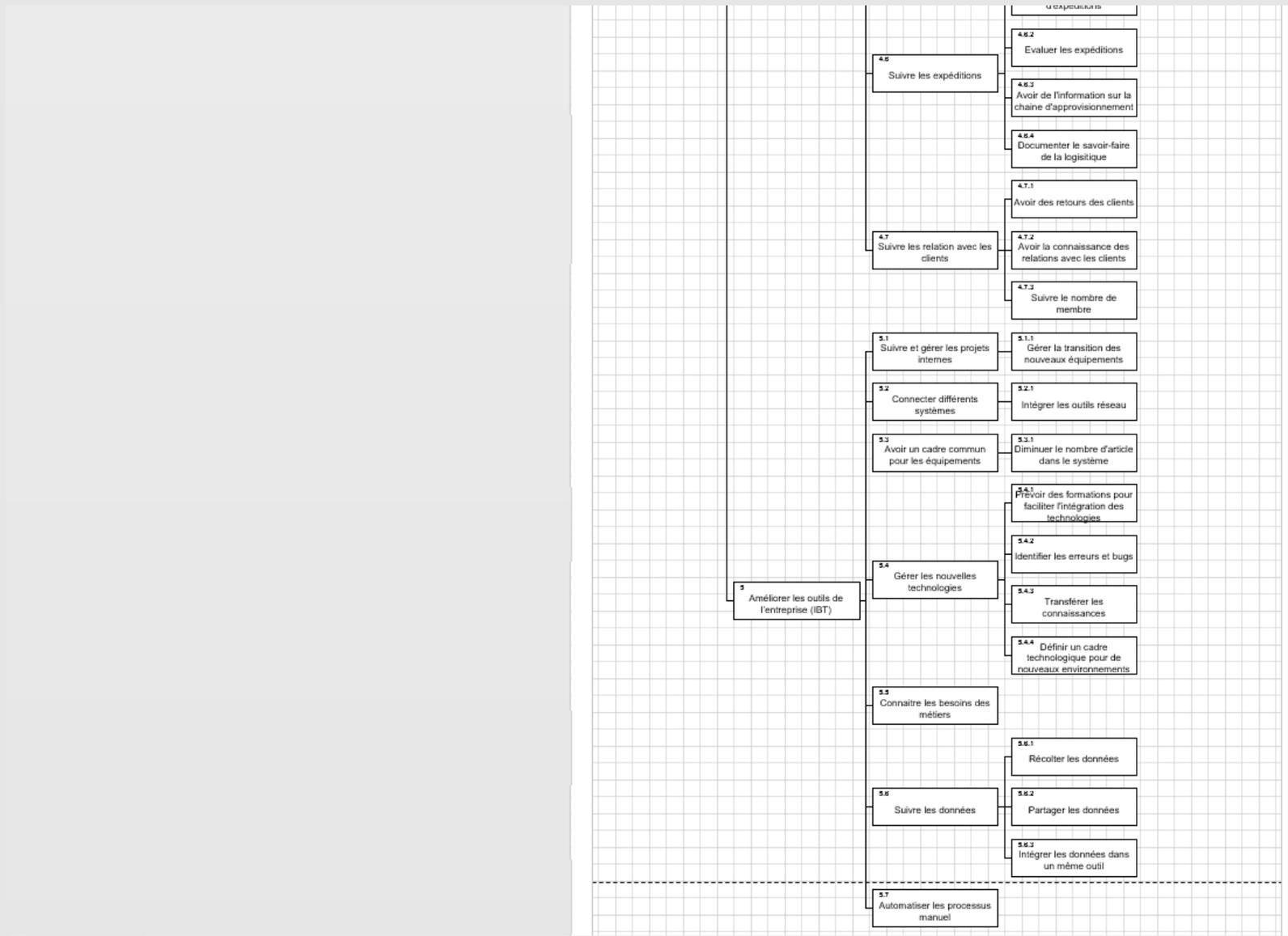
DATE Scope Line

Date Scope Line

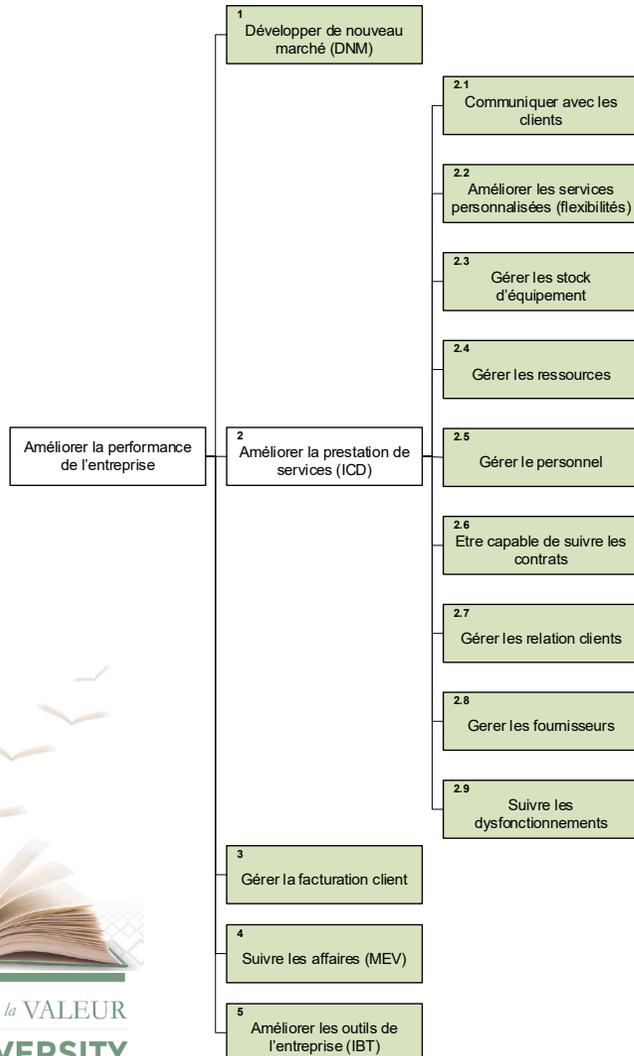
Legende FR Legende EN

Objectif Fonction Une Foix

Fonction Tout le Temps



Etape 3 – Pondération des besoins



Choix de 13 critères stratégiques :

1. Développer de nouveau marché – **2%**
2. Communiquer avec les clients – **3%**
3. Améliorer les services personnalisés (flexibilités) – **10%**
4. Gérer les stocks d'équipement – **6%**
5. Gérer les ressources – **15 %**
6. Gérer le personnel – **5%**
7. Respecter les obligations contractuelles – **22%**
8. Gérer les relations clients – **6%**
9. Gérer les fournisseurs – **0%**
10. Suivre les dysfonctionnements - **4%**
11. Gérer la facturation client – **7%**
12. Suivre les affaires – **8%**
13. Améliorer les outils de l'entreprise – **13%**

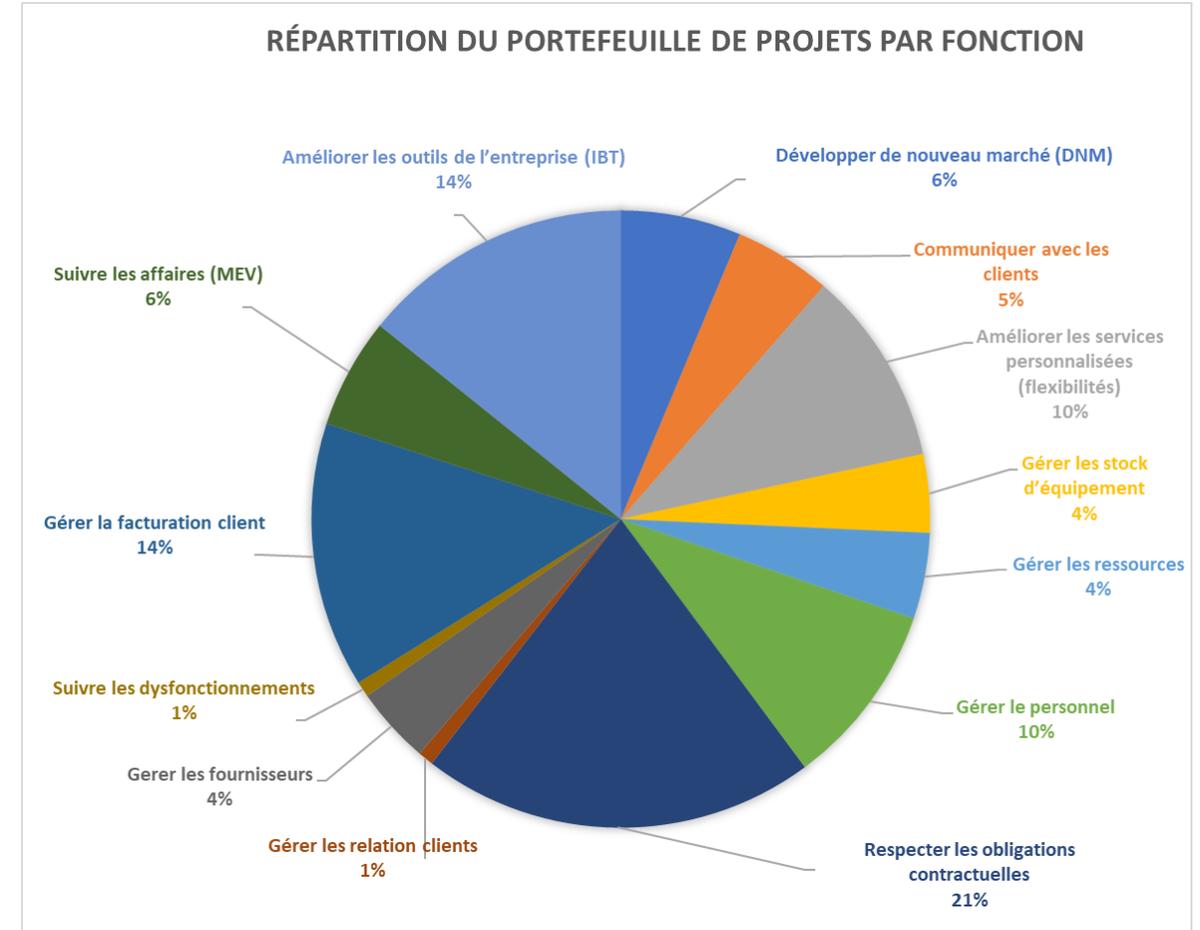
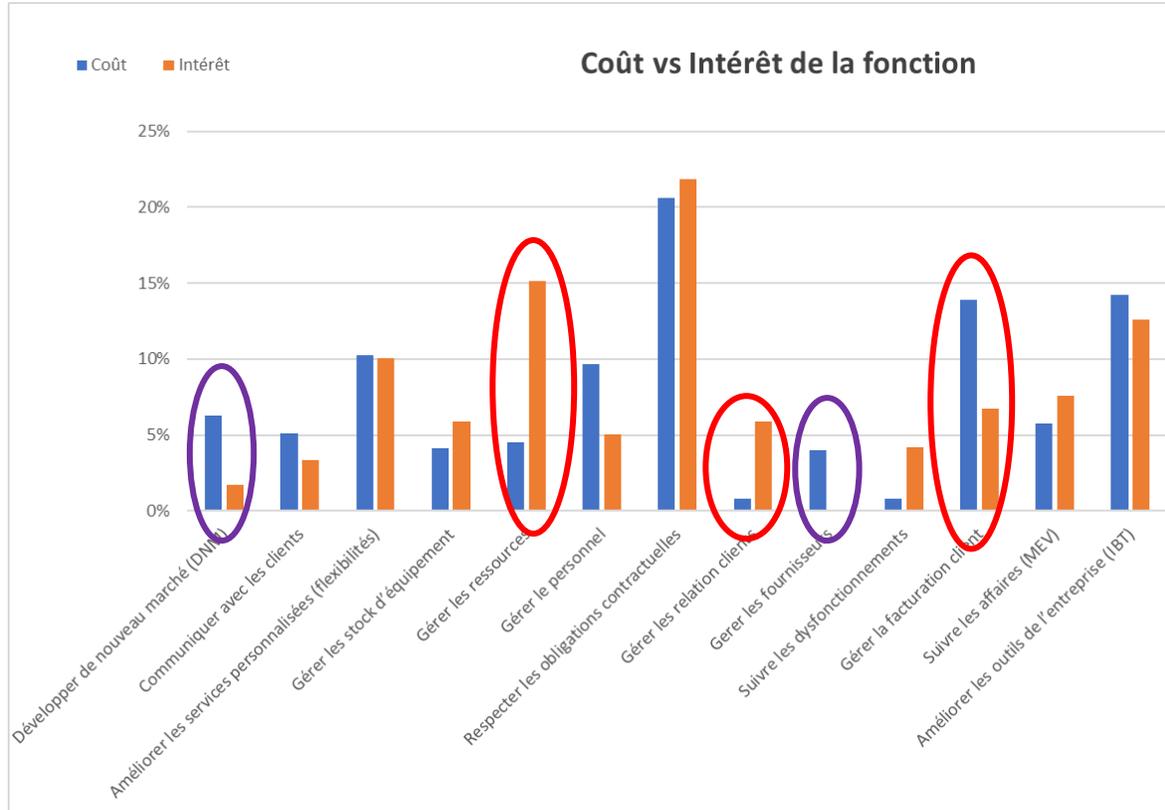
Etape 4 - Evaluation des projets

- Calcul des **coûts des projets**

Projets				
<i>Num.</i>	<i>Nom</i>	<i>Domaine</i>	<i>Description</i>	<i>Coût</i>
1	Extra-iNet	Marketing	Intranet Client et Fournisseur (connexion avec SuppEnd)	200 000 €
2	CRM+	Commercial	Intégration dans le CRM d'un espace client	50 000 €
3	B-Deal	Affaires	Intégration au CRM Module "Gestion et suivi des affaires"	150 000 €
4	PMEvent	Affaires	Gestion de projet des événements (MsSharpoint + MsProject)	75 000 €
5	SuppEnd 5.0	Achat	MAJ Gestion des fournisseurs (gestion contrat)	450 000 €
6	HypVirtual	Affaires	Evenement Virtuel	1 500 000 €
7	R3.0	Logistique	Nouvelle version de la gestion des équipements	760 000 €
8	CostMGR	Finance	Améliore l'Intégration des coûts dans GEM (facturation)	90 000 €
9	GEM R6	Finance	Facturation et Gestion par affaires	980 000 €
10	StaffOne R2	RH	Gestion du personnel	540 000 €
				4 795 000 €



Etape 5 – Comparaison Coûts - Besoins



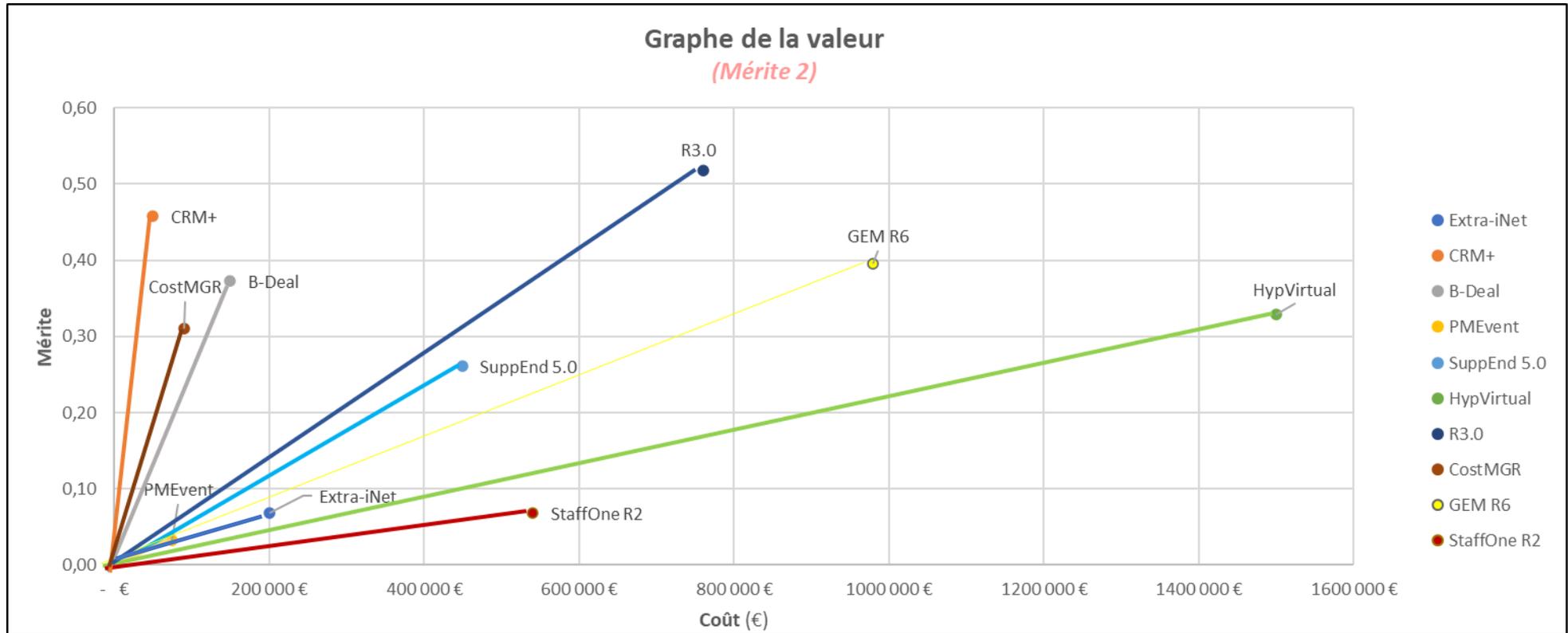
Etape 6 – Couverture des besoins

Le mérite

	Extra-iNet	CRM+	B-Deal	PMEvent	SuppEnd 5.0	HypVirtual	R3.0	CostMGR	GEM R6	StaffOne R2
Développer de nouveau marché (DNM)	0,01	0,01	0,01	0,00		0,01				
Communiquer avec les clients	0,03	0,02							0,01	0,01
Améliorer les services personnalisés		0,03	0,03			0,05		0,08	0,08	
Gérer les stock d'équipement							0,06			
Gérer les ressources			0,05				0,15			
Gérer le personnel							0,01		0,01	0,04
Respecter les obligations contractuelles		0,22	0,22		0,22	0,15	0,22	0,15	0,15	
Gérer les relation clients	0,01	0,06								
Gerer les fournisseurs										
Suivre les dysfonctionnements	0,01	0,04								
Gérer la facturation client						0,05		0,01	0,07	
Suivre les affaires (MEV)		0,02	0,02	0,02		0,01	0,01	0,02	0,04	
Améliorer les outils de l'entreprise (IBT)	0,01	0,06	0,05	0,01	0,04	0,06	0,07	0,05	0,05	0,02
Mérite	7%	46%	37%	3%	26%	33%	52%	31%	40%	7%

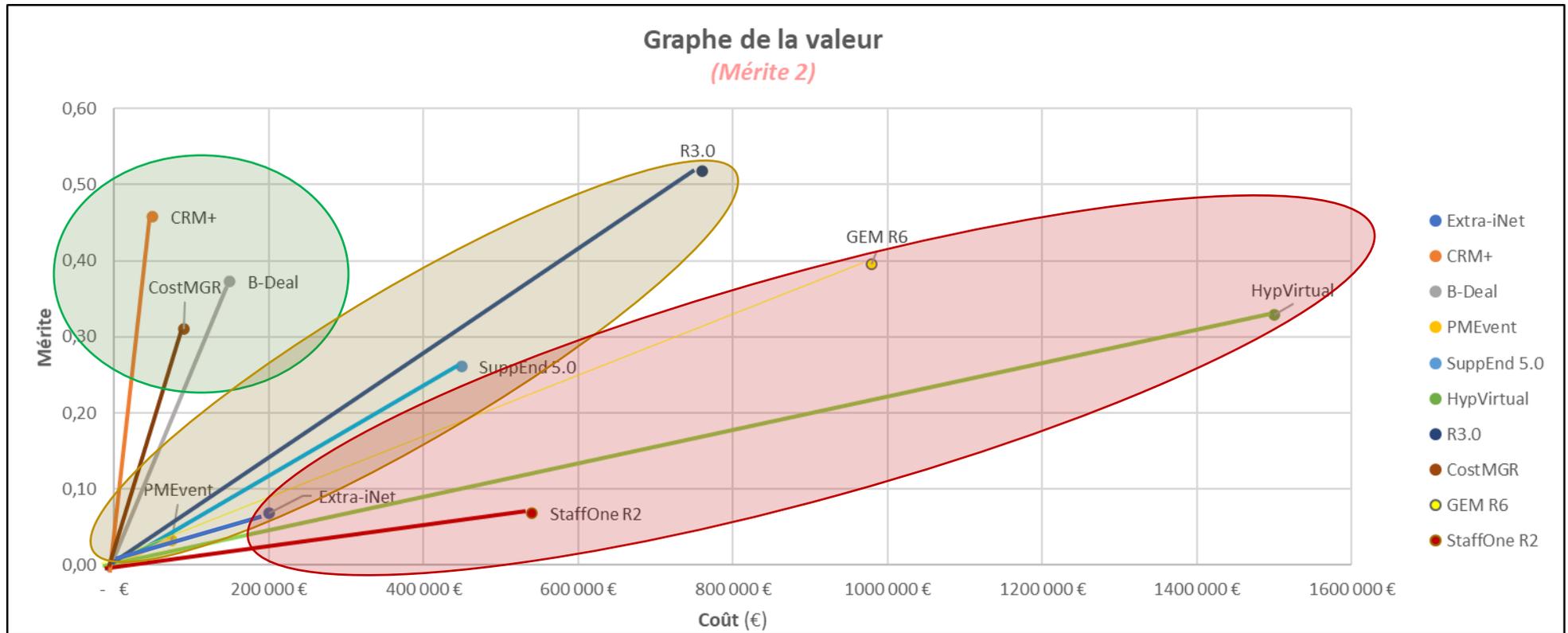


Etape 7 – Priorisation par la valeur



Etape 7 – Priorisation par la valeur

- 3 groupes en fonction de la pente des droites valeurs



Priorisation des projets

- Classement en 3 groupes en fonction de la pente des droites

Classement des projets par la valeur						Cumul %	
Num.	Nom	Domaine	Description	Coût		Coût	Mérite
1	CRM+	Commercial	Intégration dans le CRM d'un espace client	50 000 €	50 000 €	1%	16%
2	CostMGR	Finance	Améliore l'Intégration des coûts dans GEM (facturation)	90 000 €	140 000 €	3%	27%
3	B-Deal	Affaires	Intégration au CRM Module "Gestion et suivi des affaires"	150 000 €	290 000 €	6%	41%
4	R3.0	Logistique	Nouvelle version de la gestion des équipements	760 000 €	1 050 000 €	22%	59%
5	SuppEnd 5.0	Achat	MAJ Gestion des fournisseurs (gestion contrat)	450 000 €	1 500 000 €	31%	68%
6	GEM R6	Finance	Facturation et Gestion par affaires	980 000 €	2 480 000 €	52%	82%
7	PMEvent	Affaires	Gestion de projet des événements (MsSharpoint + MsProject)	75 000 €	2 555 000 €	53%	83%
8	Extra-iNet	Marketing	Intranet Client et Fournisseur (connexion avec SuppEnd)	200 000 €	2 755 000 €	57%	86%
9	HypVirtual	Affaires	Evenement Virtuel	1 500 000 €	4 255 000 €	89%	98%
10	StaffOne R2	RH	Gestion du personnel	540 000 €	4 795 000 €	100%	100%

La réalisation des 6 premiers projets permet de répondre à **82%** des besoins et de réduire le budget des projets de **- 48 %** pour atteindre 2,5 M€ (soit une réduction de 2,3 M€)

Rappel des objectifs :

- 1/ Prioriser le portefeuille de projets
- 2/ Budget invest. 2020 : **3 M€**

Démo sur la Chaine :



<http://bit.ly/VideoPM-VD>



RETOUR

D'EXPERIENCES



UNIVERSITÉ de la VALEUR
VALUE UNIVERSITY

Retours d'expériences – Q & A

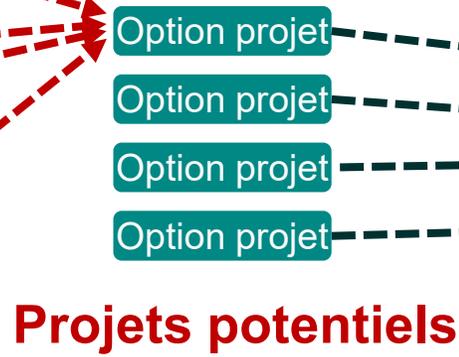


Michel Thiry, PMI Fellow

Managing Partner, Valense Ltd. |
Strategic Consultant | Author |
Speaker | Team Coach |



Le processus valeur et l'indice valeur



Expected Benefits

	CSFA	CSFB	CSF C	CSF D	CSF E	Total
Weight	40	30	15	10	5	100
Option	4	4	6	3	8	440
Comp. 1	160	120	90	30	40	440
Comp. 2	7	4	2	5	8	520
Comp. 3	280	120	30	50	40	520
Comp. 4	6	7	3	5	1	550
Comp. 5	240	210	45	60	5	550
Comp. 6	4	4	3	9	2	425
Comp. 7	160	120	45	90	10	425
Comp. 8	2	7	4	6	9	455
Comp. 9	80	210	60	60	45	455

Matrice pondérée

Organigramme des Bénéfices (BBS)
Arbre fonctionnel/organigramme des travaux

1. Facteurs financiers
2. Facteurs limitatifs
3. Facteurs de ressources
4. Facteurs de complexité

Établir les facteurs de faisabilité

Achievability Assessment Factors	High/10	Medium/5	Low/2	Score
A. Financial Factors				
1 Project cost total Portfolio budget*	≤ 5%	5-20%	≥ 20%	5
2 Expected Return/Benefits	≤ 3 months	3-12 months	≥ 12 months	2
3 Funding (Financial Authority)	Internal to BU	Other business unit	Outside Org	5
B. Parameters & Constraints				
1 Resource Availability (FTE Capacity)	≥ 2:1 (200%)	2:1-1:1 (200-100%)	≤ 1:1 (100%)	5
2 Type of project (Authority)	BU initiated	Org. initiated	External/Regulatory	5
3 Schedule	Acceptable/estimated	Tight/negotiated	Inadequate/imposed	10
C. Human Resources and People Factors				
1 Spread of Resources	All Internal	Internal + External	PM + External	5
2 Dedicated workforce (Fulltime)	All	most	Few	2
3 Staff Expertise/experience	Requirements	Sufficient	> Requirements	5
D. Complexity Factors				
1 Type of Work/Innovativeness	Known	New	Breakthrough	10
2 Interdependency of projects	Negligible	Significant	Essential	2
3 Objectives & Scope	Well Defined	Unclear	Undefined	10
Score Total /120				66

Achievability Score /1000 550

Matrice de faisabilité



Établir et comparer l'indice de valeur



Retours d'expériences – Q & A



Lucie Parrot, CVS® life
Présidente chez Martin Parrot inc.
Senior Consultante Value Management

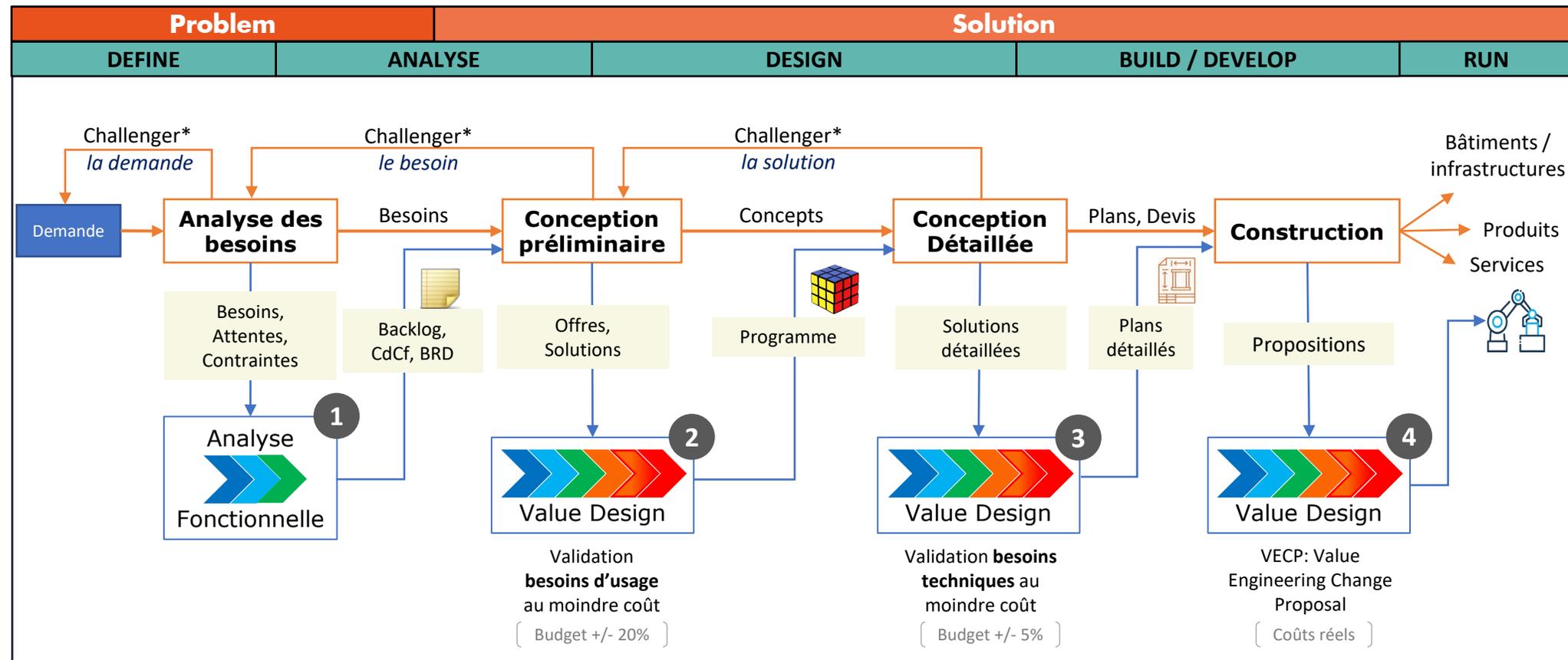
- Point de vue « ingénieur »
- Développement et optimisation de produits et services
- Investissements en infrastructures publiques
- Grandes équipes pour de grands projets



Retours d'expériences – Q & A



Lucie Parrot, CVS® life
Présidente chez Martin Parrot inc.
Senior Consultante Value Management



*Challenger : remettre en question, questionner

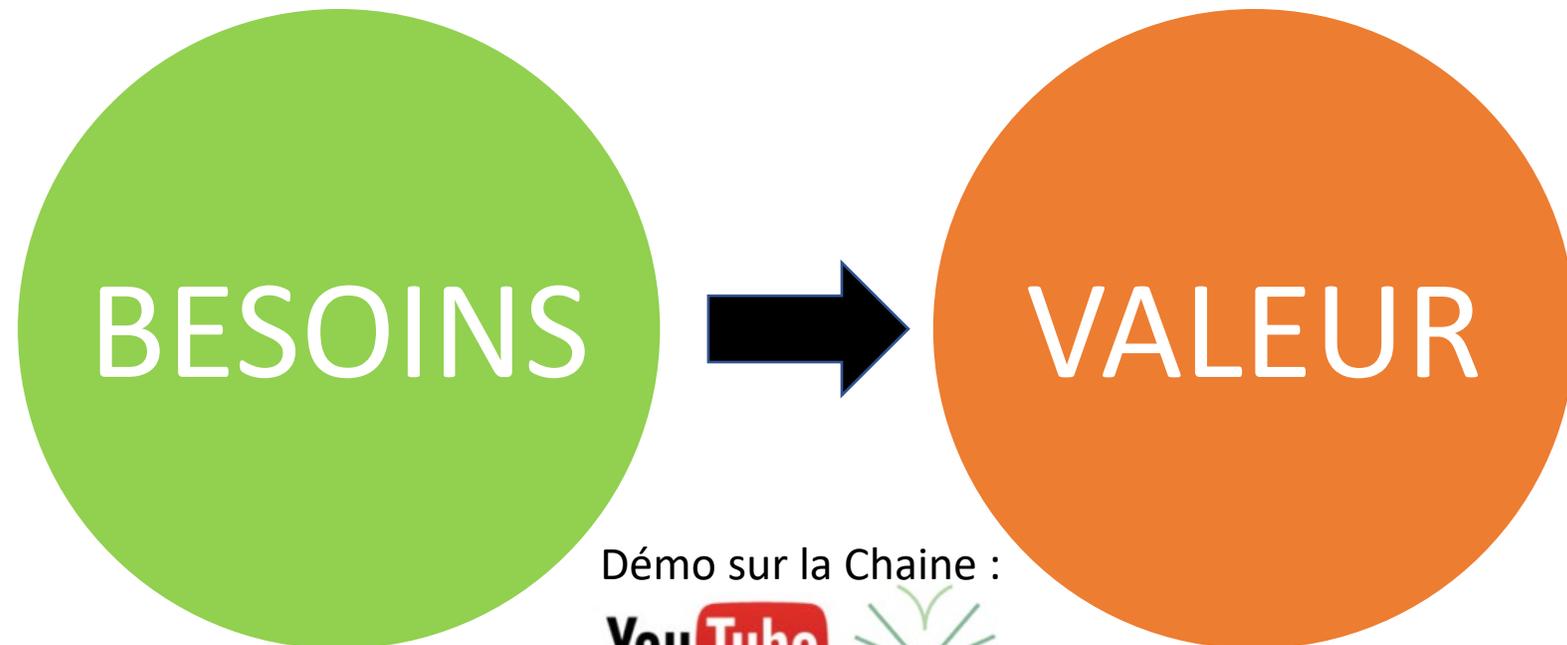
Retours d'expériences – Q & A



Cédric Berger, CBAP®

Président chez Mark International Sarl
Senior Business, Process & Value Analyst

- Au-delà de la **Business Analyse** :
 - Transformez les besoins en valeur



Démo sur la Chaine :

You Tube



<https://bit.ly/WebinBA-VA>



Retours d'expériences – Q & A



- Au-delà de la BA :
 - Devenez des créateurs d'**Eco-Valeur** (Green Value)



#ValueDesign

$$\text{EcoValeur} = \frac{\text{Utilité}}{\text{Coût global}}$$

pour les parties prenantes

satisfaction de besoins

consommation de ressources





michel.thiry@valense.com



lucie@martin-parrot.com



cberger@mark-international.ch



Q & A

ECHANGES



MERCI!

UNIVERSITÉ DE LA VALEUR



www.valueuniversity.org

