

Le petit coin du philosophe.

Aujourd'hui, philosophons avec le client.

Par Yvon MOUGIN, clientologue.

Tiens, un client !

Le client fait son entre fracassante dans notre univers avec le version 2000 de la norme ISO. Il n'est pas un inconnu, n'exagérons rien. Auparavant, nous en avons déjà rencontré quelques uns. Ils nous ressemblent d'ailleurs assez étrangement.

Il faut dire que, jusqu'à maintenant, leur présence était plutôt discrète, furtive, implicite pourrait-on dire, presque suggérée comme dans le texte du modèle 94.

Aujourd'hui, ils ont ouvert la porte et celle-ci a claqué très fort contre les murs de notre organisation.

C'est une fameuse donnée nouvelle à prendre en considération. Mais comment faire ? Par quel bout l'empoigner ? C'est le thème de notre petite réflexion du jour.

Be or not to be.

Etre ou ne pas être en management de la qualité (en démarche qualité comme on dit), là est la question. N'oublions pas qu'ici bas, nous avons la redoutable responsabilité de notre LIBRE ARBITRE. Pour ce qui concerne notre organisation, c'est tout à fait le cas. Rien, absolument rien ne nous oblige à choisir ce mode de management (la qualité), si ce n'est notre propre et profonde conviction que cela nous sera utile. Que ce sera indispensable à notre développement, à notre pérennité. Nous pensons que, dans un contexte de concurrence forte et d'élévation généralisée de la qualité des objets qui nous entourent, dans un contexte d'exigence croissante du consommateur, nous avons intérêt à satisfaire notre client.

Si cela n'est pas le cas, et cela peut être, soyons objectifs, tournons nous vers un autre mode de management pus adapté à notre situation. Mais si cela est le cas, allons-y franco. Fonçons et mettons le paquet puisque c'est important.

Plus qu'hier et bien moins que demain.

Les choses changent en permanence et de plus en plus vite. C'est une des caractéristiques de notre époque. Rien ne sera plus demain comme aujourd'hui. Nous qui souhaitons durer longtemps (je parle de nos entreprises), nous devons essayer de savoir ce que l'avenir nous réserve et ensuite orienter nos organisations vers ces nouvelles tendances. Nous pourrions pour cela imaginer nos entreprises comme des constructions à deux étages. Celui de la production au rez-de-chaussée et celui du progrès au dessus. Mais un petit croquis vaut mieux etc.

L'étage du bas, c'est celui qui produit, en un mot, celui qui gagne l'argent. Les habitants de ce premier étage ont le nez dans le guidon (comme on dit) et leur horizon est celui de la fin du jour, de la fin de la semaine ou tout au plus de la fin du mois.

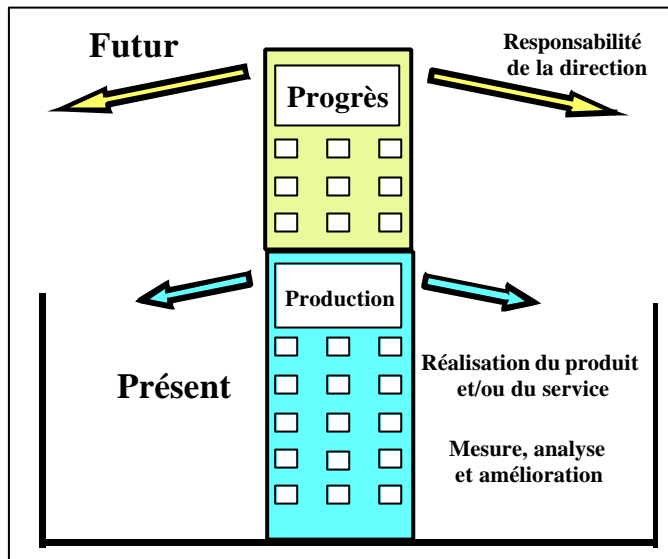
L'étage du haut est celui qui observe le lointain, qui a pour mission de discerner les changements et de transmettre les bonnes infos à l'étage du bas pour que celui-ci modifie au besoin ses façons de travailler et les adapte pour le futur.

Il faut essayer de voir le plus loin possible afin que l'étage du bas aie le temps de bouger. Il faut s'y prendre à l'avance.

Parlez moi d'ISO, redites moi des chose...

C'est assez bizarre mais lorsque j'observe la norme ISO en prenant un peu de recul, et en fermant légèrement les yeux, il me semble apercevoir également une construction à deux niveaux.

Je distingue nettement celui de la responsabilité de la direction au dessus et plus bas, celui de la réalisation



du produit. Au rez-de-chaussée, je vois aussi deux annexes que l'on appelle ressources et amélioration.

En ce qui concerne le client, celui-ci est présent dans les deux étages. En haut, quelqu'un essaie de percevoir les attentes du marché. Nous savons que le concept de qualité évolue. Hier le produit seul comptait. Nous parlions de conformité au cahier des charges. Aujourd'hui, nous parlons de services pour faire la différence.

Et demain ? Qu'est-ce qui nous attend ? Pour le savoir, il nous faut une méthode efficace pour interroger notre clientèle. C'est le paragraphe 5.1.

En bas, quelqu'un essaie d'identifier les exigences du client qui est venu nous voir pour faire affaire avec nous. C'est le

paragraphe 7.2. Nous sommes dans le quotidien, dans la production.

Toujours en bas, quelqu'un d'autre essaie de mesurer la satisfaction du client. C'est le paragraphe 8.2.2. Il a aussi une méthode bien entendu. Il vérifie que les promesses et les engagements que nous avons pris avec les clients sont tenus et que ceux-ci sont satisfaits. Il identifie surtout les points sensibles de notre organisation, ceux qui ont générés une insatisfaction plus ou moins importante. Il vérifie également que les clients ont ressentis un réel changement dans notre façon de fonctionner et que nous nous sommes rapprochés de leurs attentes exprimées pour le futur, celles que le premier étages nous avait transmises en son temps.

C'est la boucle qui se boucle. Nous évaluons les résultats des efforts faits pour satisfaire le client dans le futur mais aussi au quotidien.

Nous proposons des pistes de progrès pour continuer à nous améliorer.

Futur & présent,
PDCA & CQFD.