

Ce didacticiel décrit les principes de la délégation, exposés dans mes livres.

Un document doit être édité. Il faut désigner un fournisseur, choisi en fonction de sa compétence supposée.

La sélection se fait dans cet exemple suivant les critères suivants : prix soumissionné, qualité du produit, qualité du service,

Le prescripteur, responsable de ce projet, choisit un délégué pour l'organiser.

Il définit les paramètres qui rentreront dans le choix et les hiérarchise.

Les poids retenus restent confidentiels à son niveau.

Le collaborateur retenu, quant à lui, estime dans ce cadre les potentiels respectifs de chaque candidat dans chaque catégorie

Chacun doit répondre sur sa propre responsabilité dans le domaine qui l'a délégué.

Le didacticiel **fluxmétal** ci-joint vous propose un exemple rempli et un autre à blanc pour s'exercer et comprendre la logique de quantification d'un ensemble flou

Domaines d'application qui ont été effectifs

STRATEGIE et MARKETING

Lancement (ou non) d'une collection parascolaire : définir l'éditeur scolaire

Arbitrage entre professionnels : éditeurs, pédagogues, commerciaux, gestionnaires.

Choix d'une organisation centralisée ou décentralisée (siège social ou usines) pour la Direction des Relations Techniques Clientèle (dans un grand groupe industriel) . Interlocuteurs : P.D.G et Directeur R.T.C.

Choix d'un partenaire commercial (entreprise de mécanique) parmi plusieurs candidats possibles et intéressés.

Agrégation de données telles que :

- les parts de marché,
- la synergie des réseaux de distribution et des forces commerciales,
- des éléments tels que l'image de marque et la volonté de coopérer des dirigeants.

Organisation commerciale du futur (grand groupe industriel)

Nouvelle approche pour augmenter les ventes (distribution de gros)

Recherche de circuits et de politiques commerciales pour mieux répondre aux modifications de l'environnement

Demandes nouvelles émanant de centrales d'achat, groupements volontaires, franchises

Choix de menus types (restauration)

Prise en compte d'éléments tels que l'évolution des goûts des consommateurs ...

GESTION

Affectation du budget publicitaire (distribution)

Choix d'un fournisseur (grand groupe industriel)

Evaluation de société

Evaluation de plusieurs méthodes d'évaluation face aux objectifs poursuivis : parts de marché, synergies commerciale et industrielle, image de marque, trésorerie...

Approche de la base de négociation.

RESSOURCES HUMAINES

Evaluation de postes de travail (institutionnel)

Evaluation des hommes :

- optique recrutement (institutionnel)
- optique entretien annuel (presse quotidienne régionale)

Plan de carrière. Orientation de cadres supérieurs (out placement)

Prestations réalisées dans le domaine de l'aide à la prise de décision.

TYPOLOGIE DES EXEMPLES

Problèmes complexes non structurés. Planification. Prospective.

Lancement (ou non) d'une collection parascolaire à définir :

- organisation commerciale du futur
- nouvelle approche pour augmenter les ventes

Ordre de priorité entre des actions identifiées

Choix d'une organisation centralisée ou décentralisée

Choix d'un partenaire commercial

Choix de menus types

Evaluation de société

Plan de carrière

Affectation de ressources

Affectation de budget publicitaire

Evaluation de l'enveloppe ^ affecter ^ un projet

Création d'une échelle d'évaluation :

- évaluation de postes de travail
- évaluation des hommes