

FSRM

Formation continue Formation continue Formation continue Formation continue

Neuchâtel, c/o FSRM, Rue de l'Orangerie 1

Méthode QFD

Des attentes des clients à la conception de nouveaux produits

Objectif du cours	<p>Apporter aux participants une méthode ainsi que les outils qui leur permettront de prendre en compte les besoins et désirs des clients, exprimés ou non, de les traduire en termes d'attentes (comme préalable au cahier des charges) et d'accélérer le processus d'innovation.</p> <p>Faciliter l'identification des opportunités qui sont le plus susceptibles de déboucher sur la conception de produits à succès.</p> <p>Le séminaire est organisé autour de la méthode QFD, focalisée sur la satisfaction du client ; les interfaces avec les outils TRIZ sont largement prises en compte. Des exemples sont fournis à titre d'illustration et un cas pratique est traité par les participants. Un algorithme « simple » est présenté, qui doit favoriser une mise en œuvre efficace.</p>
Public cible	Tout professionnel et manager confronté à des problèmes d'innovation et qui désire augmenter de façon significative la performance de sa contribution par une prise en compte pertinente des besoins et désirs du client, comme préalable à la conception de produits.
Programme	<p>09h15 Introduction La méthode QFD Les étapes de la phase d'exploration</p> <p>10h15 Pause</p> <p>10h30 Définir la stratégie Utiliser les modèles d'évolution Préparer l'exploration Identifier les besoins et désirs des clients</p> <ul style="list-style-type: none">▪ l'outil VOC▪ la matrice « qualités-performances » <p>12h45 Repas</p> <p>14h00 Etablir le diagramme de fonctions Parcourir le processus avec les utilisateurs</p> <p>15h00 Formuler le problème</p> <p>15h30 Pause</p> <p>15h45 Générer de nouveaux concepts alignés sur les attentes des clients Sélectionner les concepts</p> <p>17h00 Fin du cours</p>
Enseignant(s)	Claude Meylan , Dr ès sciences économiques, a près de 10 ans d'expérience dans le domaine du consulting. Il intervient dans la définition de la stratégie, le management de l'innovation, l'analyse et la prévention des défaillances, le changement organisationnel et la reconfiguration de processus.
Coûts	CHF