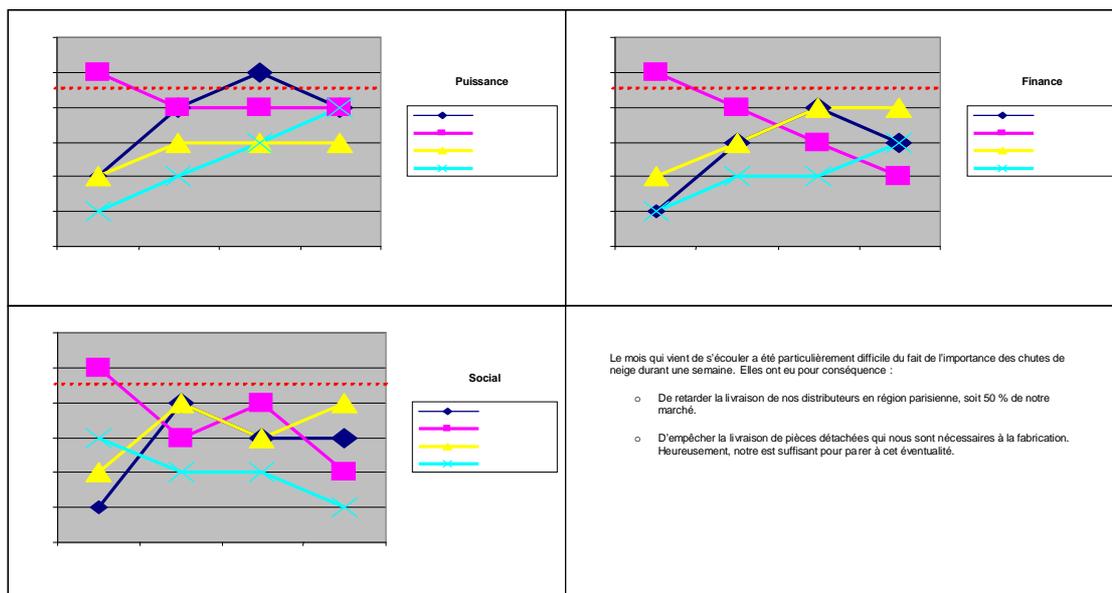


	Up ! Enhanced Management	Première édition
	9 Le contrôle de la firme et de son environnement 9.1 Introduction	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

D'autre part, pour être perçu le plus efficacement par chacun, il est conseillé de représenter graphiquement les indicateurs en traçant le seuil minimal à atteindre. Cela suppose que les données recueillies sont transformées en unités numériques de même échelle.

Sachant que la valeur de l'activité stratégique se mesure selon les trois axes **Puissance**, **Finance** et **Humain**, il est naturel de regrouper les indicateurs en trois sous-tableaux de bord dédiés à chacun de ces axes. Nous diviserons donc notre tableau de bord en quatre quadrants, trois dédiés aux sous-tableaux de bord, un quatrième dédié à des commentaires pour la période considérée.



M

Les indicateurs présentés ci-après sont génériques. A la détection d'un problème sur un sujet donné, il est alors nécessaire de construire des indicateurs spécifiques pour affiner l'investigation sur celui-ci.

9.1.3 L'application de cette métrologie

En plus du contrôle de la bonne atteinte des objectifs, l'application de cette métrologie est multiple. Il y a notamment :

- Le benchmarking.
- La qualification d'une cible d'acquisition.

9.1.3.1 Le benchmarking

&

Le **benchmarking** consiste à comparer des activités proposant des offres de produits ou de services pour la même application attendue par les clients. Il s'applique pour :

- Comparer leur efficacité lorsque quelles sont réparties en des lieux géographiques différents.
- Comparer la création de valeur des activités stratégiques entre l'entreprise et ses concurrents.

Ce type de benchmarking est difficile à réaliser par soi-même. Il faut bien souvent avoir recours à des sources d'information externes :

- Les études réalisées par des cabinets indépendants pour le compte de l'entreprise ou de la **Banque de France**.