

# **Management et Gestion en entreprise 1 (bases) EG91**

## **Cours n° 5 : Outils d'aide à la décision**

**Master 2 : Qualité et Contrôle des Matériaux  
&  
Master 2 : Instrumentation, Contrôle  
et Management des Systèmes**

**Christian Virmaux  
06 80 37 03 02  
cvirmaux@ispe2m.fr**

# **OUTILS D'AIDE A LA DECISION**

## **Sommaire**

### **ERP / PGI**

**Outils structurés / structurants : paradoxes**

**Informatique, Systèmes d'information**

**SIRH : système d'information RH**

**Base de données marketing**

**Autres outils**

# OUTILS D'AIDE A LA DECISION

## ERP / PGI

Source Wikipédia

### **Progiciel de gestion intégré (ERP)**

**Un Progiciel de Gestion Intégré (PGI)  
(en anglais *Enterprise Resource Planning* ou *ERP*)  
est, un « logiciel qui permet de gérer  
l'ensemble des processus d'une entreprise,  
en intégrant l'ensemble des fonctions de cette dernière  
comme la gestion des ressources humaines,  
la gestion comptable et financière, l'aide à la décision,  
mais aussi la vente, la distribution, l'approvisionnement,  
le commerce électronique. »**

# OUTILS D'AIDE A LA DECISION

## ERP / PGI

Source Wikipédia

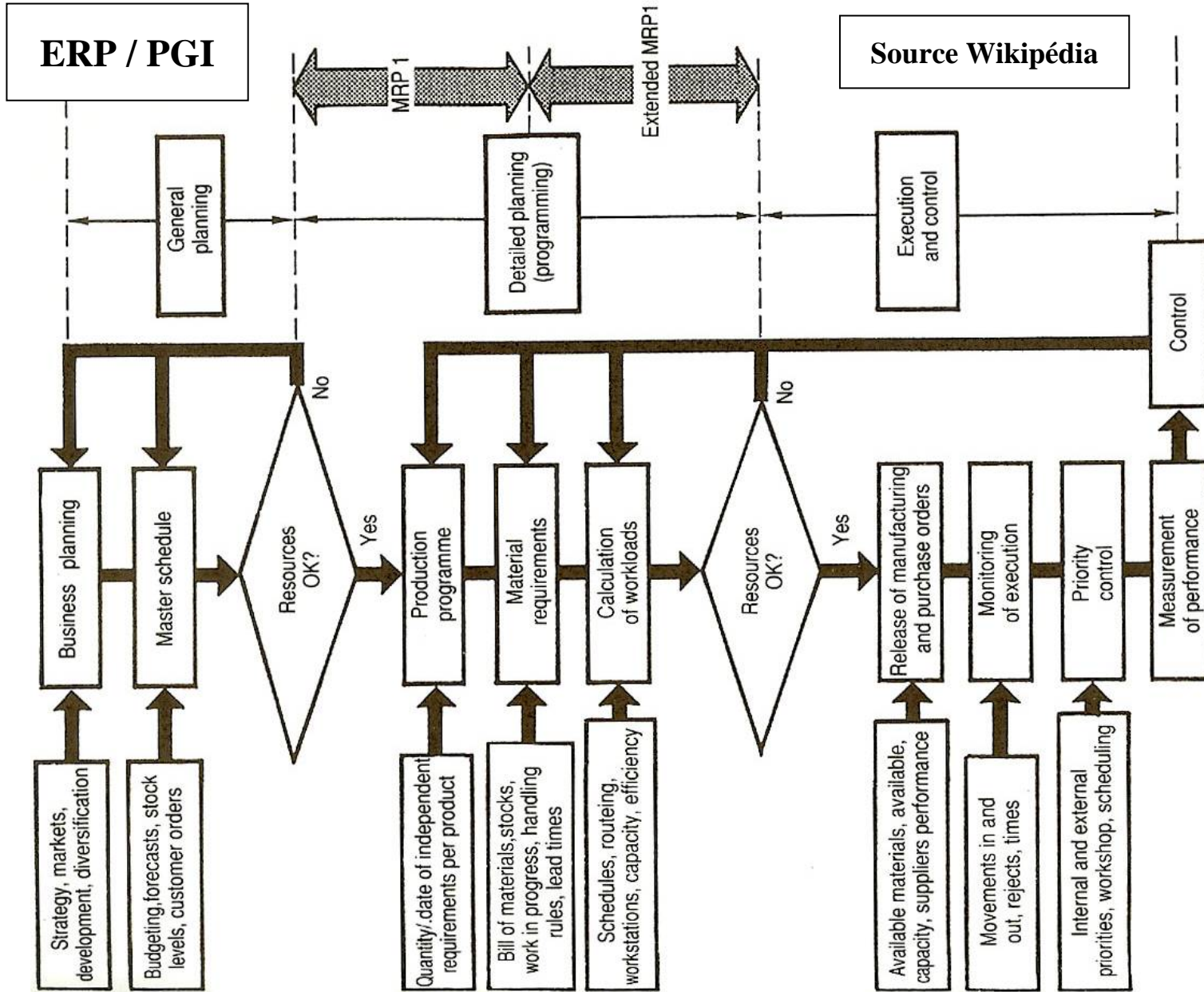
**Le principe fondateur d'un ERP est de construire des applications informatiques (paie, comptabilité, gestion de stocks...) de manière modulaire (modules indépendants entre eux) tout en partageant une base de données unique et commune. Cela crée une différence importante avec la situation préexistante (les applications *sur mesure* existant avant les ERP) car les données sont désormais supposées standardisées et partagées, ce qui élimine les saisies multiples et évite (en théorie) l'ambiguïté des données multiples de même nature (ex : société TRUC, TRUC SA et Sté TRUC...)**

# OUTILS D'AIDE A LA DECISION

## ERP / PGI

Source Wikipédia

**L'autre principe qui caractérise un ERP est l'usage systématique de ce qu'on appelle un moteur de workflow (*qui n'est pas toujours visible de l'utilisateur*), et qui permet, lorsqu'une donnée est entrée dans le système d'information, de la propager dans tous les modules du système qui en ont besoin, selon une programmation prédéfinie. Ainsi, on peut parler d'ERP lorsqu'on est en présence d'un système d'information composé de plusieurs applications partageant une seule et même base de données, par le biais d'un système automatisé prédéfini éventuellement paramétrable (un moteur de *workflow*).**



Around 1980, over-frequent changes in sales forecasts, entailing continual readjustments in production, as well as the unsuitability of the parameters fixed by the system, led MRP (Material Requirement Planning) to evolve into a new concept: Manufacturing Resource Planning or MRP2

Source : "CIM: Principles of Computer Integrated Manufacturing", Jean-Baptiste Waldner, John Wiley & Sons, 1992. Reproduced with author's authorization

# **OUTILS D'AIDE A LA DECISION**

## **Outils structurés / structurants : le paradoxe**

**L'instrumentation de gestion est un phénomène majeur  
de la vie des organisations,  
il n'y a pas de gestion sans instrumentation.**

**Elle réduit la complexité du réel**

**Elle institue des automatismes de comportement**

**Risque paradoxal d'appauvrir la capacité à décider**

# **OUTILS D'AIDE A LA DECISION**

## **Informatique, Systèmes d'information**

**Un système d'information est un ensemble organisé de ressources : matériel, personnel, données, procédures permettant d'acquérir, traiter, stocker, communiquer des informations dans des organisations**

**Structure physique :  
choses, données (entrée, sorties), acteurs**

**Structure conceptuelle (stratégique, coordination, opérationnel) plus on est dans le stratégique, moins les décisions sont programmées et inversement**

# **OUTILS D'AIDE A LA DECISION**

## **SIRH : Système d'information des RH**

### **Exemple du Système d'information des Ressources Humaines**

**Des informations confidentielles portant sur les personnes  
un poids important du « qualitatif flou » (sciences sociales)**

**Langage utilisé difficile à généraliser  
sans créer des biais cognitifs importants**

**Pas de neutralité des données de sortie :  
influence des comportements**

# **OUTILS D'AIDE A LA DECISION**

## **SIRH : Système d'information des RH**

### **Exemple du Système d'information des Ressources Humaines**

**On utilise une information pour modifier  
la perception d'une situation,  
pour préparer une prise de décision,  
pour exécuter cette décision**

**La dimension politique des systèmes d'information  
est supérieure à leur dimension logistique :  
elle conditionne leur raison d'être et leur fonctionnement**

# **OUTILS D'AIDE A LA DECISION**

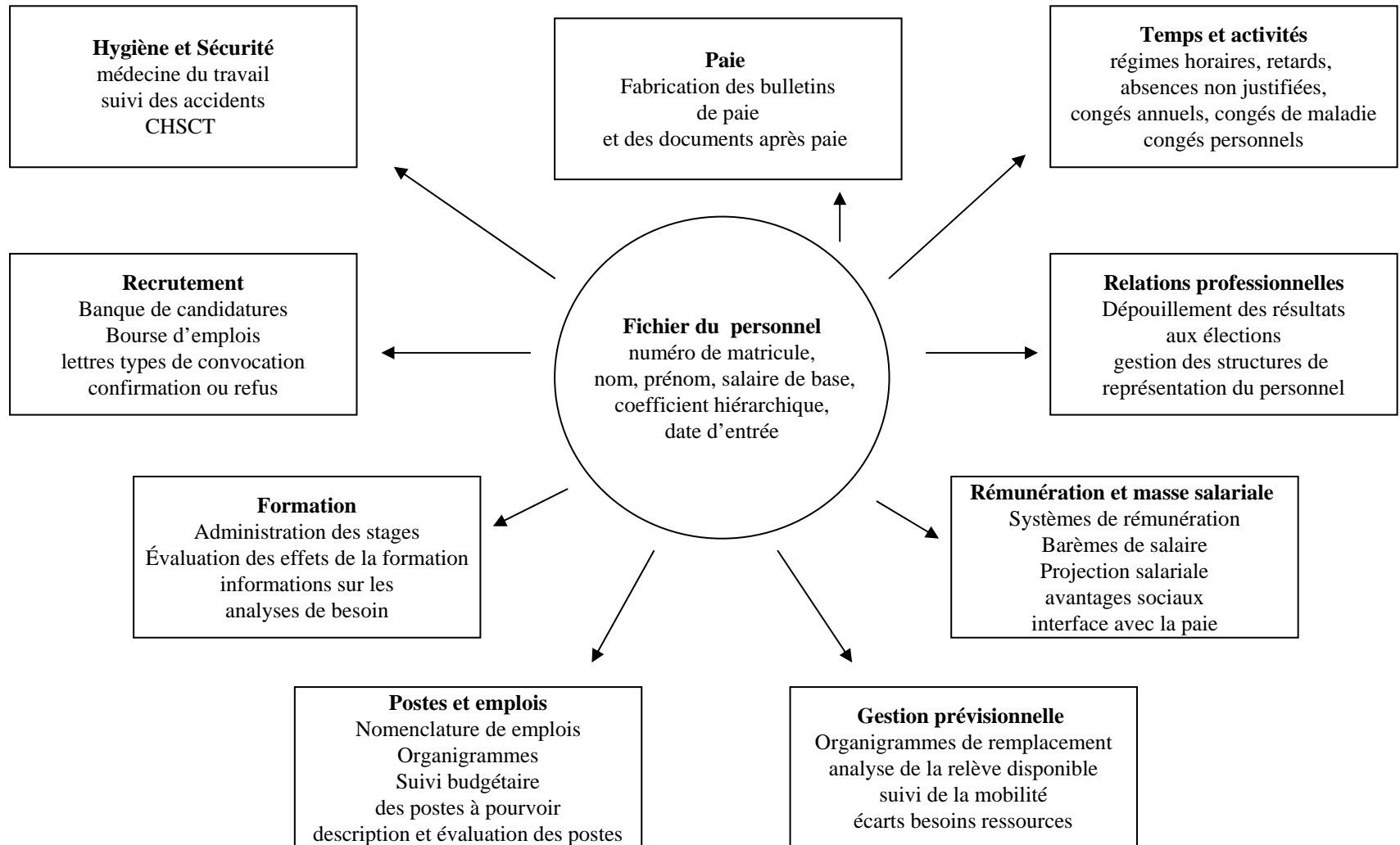
## **SIRH : Système d'information des RH**

**Exemple du Système d'information des Ressources Humaines**

**Un instrument politique au service du management**

**De plus en plus des progiciels  
pour traiter les applications de GRH**

# OUTILS D'AIDE A LA DECISION



APPORT DE LA BASE DE DONNEES MARKETING AU MARKETING MIX			
PRODUIT	PRIX	COMMUNICATION	DISTRIBUTION
caractéristiques : habillage individuel de produits, création de nouveaux produits	Tarif : élasticité : tests de niveaux de prix	Marketing direct : gestion des fichiers, ciblage, production de campagnes, mesure des résultats	Logistique vente par correspondance
Composition de la gamme : étude des familles de produits : complémentarité, effets de cannibalisme	Eléments du prix de revient : calcul des coûts d'acquisition du client/ prospect, calcul de la valeur du client, calcul de l'allocation marketing	Promotion des ventes : logistique mesure des résultats	Canaux de distribution : évaluation des canaux, différencier les profils de clients par rapport aux canaux, interpénétration des canaux de distribution
Qualité du produit : gérer les enquêtes de satisfaction suivi des taux d'achat / d'utilisation de fidélité	Remises : individualisation des remises	Publicités : études pré-post-campagne analyse des marchés test, positionnement, image	Optimisation du réseau : implantation, promotion
Garantie : calcul de la durée de vie du produit	moyens de paiement	Forces de vente réseau : génération de listes de prospects, hiérarchisation des prospects, profil des clients/ prospects	

## OUTILS D'AIDE A LA DECISION

## Base de données Marketing (BDDM)

ROLE DE LA BASE DE DONNEES MARKETING				
Stocker les données pertinentes au marketing	Déterminer des cibles	extraction des fichiers pour le marketing direct	outils d'aide à la prospection pour la force de vente	mesure des résultats de campagne marketing direct
calcul des flux financiers futurs				programme de fidélisation : ventes croisées, revalorisations
habillage individuel des produits		<b>BASE DE DONNEES MARKETING</b>		segmentation comportementale : profils de clientèle
analyser les interpénétrations de produits				requêtes comptages rapports
calcul du prix de revient : allocation marketing, coût d'acquisition				optimisation du marketing direct, du taux de fidélité, du réseau
Programmes de "marketing automatique" : actions déclenchées par des événements liés à la vie du client ou au cycle de vie du produit		enrichissement par sources extérieures : INSEE, géomarketing, banque de données BtoB		logistique de promotion des ventes : personnalisation des campagnes, points de fidélité, bornes interactives

## OUTILS D'AIDE A LA DECISION

## Base de données Marketing (BDDM)

# **OUTILS D'AIDE A LA DECISION**

## **Autres outils**

**GPAO : gestion de production assistée par ordinateur**

**Outils de conception :**

**CAO : conception assistée par ordinateur,**

**DAO : dessin assisté par ordinateur,**