

Le Benchmarking

MÉTHODE

matériel nécessaire :

papier
crayon
téléphone



Objectif

Pour une entreprise il s'agit de se comparer aux "leaders" qui se positionnent sur le marché, de s'inspirer de leurs idées, de leurs pratiques, de leur fonctionnement et de leurs expériences afin que les procédés en interne se rapprochent de la "perfection".*

Pour un territoire cette méthode peut s'appliquer à des projets plus qu'à des produits.

Méthodologie - Démarche

Le benchmark est une méthode d'évaluation organisationnelle : il s'agit de comparer et mesurer certains éléments de ses processus à ceux de ses "concurrents" afin d'en dégager des différences, d'identifier les causes pour se perfectionner.

5 phases sont nécessaires :

1 – Mesure de la performance Interne

- > Phase durant laquelle la structure évalue son propre processus et détermine les indicateurs d'évaluation employés pour la comparer aux "concurrents".
- > But : mettre en avant les forces et faiblesses de la structure et suggérer les améliorations à venir.

2 – Pré-benchmarking

- > Identifier le ou les "concurrents" maîtrisant le mieux le ou les processus à analyser.
- > La sélection des "benchmarkés" ne se fait pas seulement auprès des concurrents, elle peut également se faire sur des organismes appartenant à un autre secteur d'activité dont l'avancée est reconnue par de nombreux acteurs.

3 – Le benchmarking - ou collecte des informations

- > Dans la cadre d'un benchmark poussé, il est préconisé de rencontrer les cibles identifiées, d'effectuer des visites chez les concurrents.
- > Plus simplement, il s'agira de collecter les données sur les différents benchmarkés (par exemple, étudier la structure de leur site Internet, étudier leur stratégie de communication, analyser leurs travaux).

4 – Le post-benchmarking

- > Phase consistant à adapter, dans sa propre structure, les "bonnes pratiques" qui ont été analysées et retenues pour leur pertinence. Attention, ne pas reproduire l'organisation d'un "benchmarké" sans l'adapter au contexte de sa propre organisation.
- > Capitaliser les connaissances récoltées dans une base de données, afin de pouvoir procéder à des comparaisons lors du benchmark suivant.

5 – Observation et ajustement

- > Phase destinée à estimer les progrès réalisés et à ajuster les plans d'actions.

* Le Benchmarking (analyse comparative), Concepts et mise en place www.3ie.org

Le processus de benchmarking, BALM G., Evaluer et améliorer ses performances, Le benchmarking. Paris, AFNOR Edition 1994

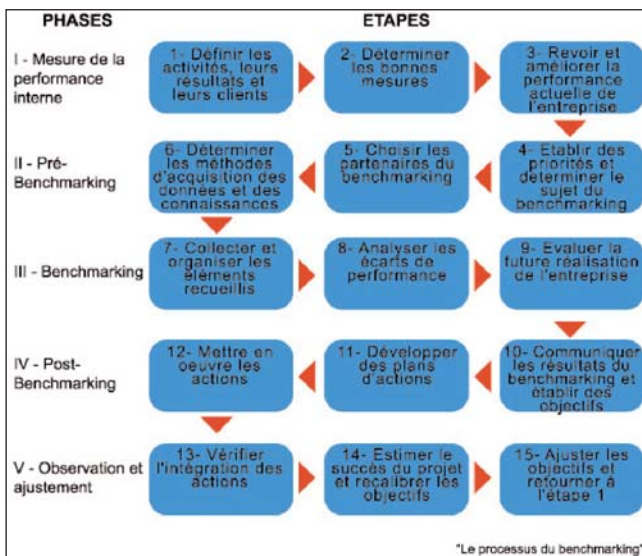
*** Niveau de difficulté



Quantité de matériel requis

Exemple

Reprendre les étapes suivantes :



Construire un tableau de synthèse et y noter ses informations :

	Critère 1	Critère 2	Critère 3	Critère 4
Notre produit				
Produit concurrent 1				
Produit concurrent 2				
Produit 1 concurrent 3				
Produit 2 concurrent 3				

Exemple : Elaboration d'une stratégie de développement culturel d'un Pays

Afin de construire sa propre méthodologie de travail :

> procéder dans un premier temps à la recherche de territoires (pays, communautés d'agglomération, communautés de communes) ayant mis en oeuvre une telle démarche.

> ensuite, construire un tableau avec les caractéristiques des démarches d'élaboration d'une stratégie culturelle, comme par exemple :

	Champs couverts	Domaines d'application	Acteurs mobilisés pour élaborer la démarche	Informations mobilisées	Groupes de travail	Enjeux dégagés	Stratégie et Plan d'action définis
"Mon territoire"							
Pays A							
Pays B							
Communauté d'Agglomération C							
Communauté de communes D							

offre culturelle, pratiques culturelles, équipement...

patrimoine bâti, patrimoine naturel, spectacles, manifestations, animations...

démarche participative ?
association des acteurs culturels ?
du conseil de développement ?
les avantages / inconvénients

Quelles informations quantitatives et qualitatives collectées, auprès de qui ?...
Quel champ couvert ?...

Si groupe de travail : Qui ?
quand ? combien de personnes ?
fréquence et rôles ?

Quels enjeux culturels dégagés pour le territoire lors du diagnostic ?

sur la base des enjeux dégagés et des choix des élus, élaboration d'une stratégie de développement culturel et définition des premières actions à engager