

TABLE DES MATIÈRES

Préface.....	5
Introduction : enjeux et limites d'un système de suivi des coûts	9
Chapitre 1. La chaîne de valeur, une orientation clients et marchés	21
Section I. <i>La pérennité de l'entreprise</i>	23
§ 1. – Le profit, mesure de la capacité à durer	23
§ 2. – Le client en tant qu'apporteur de revenus	28
Section II. <i>Se projeter dans l'avenir</i>	31
§ 1. – Calculer sa marge et fixer un seuil de coûts	32
§ 2. – Fixer ses prix de vente, une stratégie de différenciation	36
§ 3. – Décider des investissements	38
Section III. <i>La création de valeur comme mesure de la performance</i>	41
§ 1. – Le prix comme outil de mesure de la création de valeur	42
§ 2. – La modélisation des coûts	45
Chapitre 2. Le contrôle fonctionnel des ressources.....	49
Section I. <i>La gestion des ressources</i>	50
§ 1. – L'identification des ressources	51
§ 2. – Les sources d'efficience dans la gestion des ressources	54

Section II. <i>L'arbitrage entre le contrôle fonctionnel des ressources et les chaînes de valeur</i>	56
§ 1. – L'approche bureaucratique	58
§ 2. – L'approche par les processus	63
§ 3. – L'impact des évolutions technologiques	67
Chapitre 3. Les activités, articulations entre ressources et processus	69
Section I. <i>L'identification des activités, sources de création de valeur</i>	71
§ 1. – La description des activités	71
§ 2. – La création de valeur par les activités	74
§ 3. – Les interactions entre activités, la cohérence de la chaîne de valeur	79
Section II. <i>La gestion stratégique des activités</i>	83
§ 1. – Les économies d'échelle	83
§ 2. – La maîtrise des processus	88
Chapitre 4. Les inducteurs de coûts, ABC-ABM	93
Section I. <i>Les inducteurs d'activité</i>	95
§ 1. – Le besoin de mesure du volume de l'activité	96
§ 2. – L'inducteur, mesure des flux de l'entreprise	101
Section II. <i>Le coût des ressources consommées</i>	106
§ 1. – La gestion des ressources	107
§ 2. – La nature des ressources	110
Section III. <i>Les standards, outils de mesure et de formalisation</i>	119
§ 1. – Les normes de coûts	120
§ 2. – Le suivi des réalisations	127
Chapitre 5. La mise en tension permanente, le Lean Management	133
Section I. <i>L'orientation client</i>	134
§ 1. – La modélisation de la demande	136
§ 2. – La connaissance du client	143

Section II. <i>L'amélioration continue des processus, le Kaizen</i> ..	145
§ 1. – La suppression des stocks	146
§ 2. – La qualité totale.....	151
Section III. <i>Le rapport au risque</i>	158
§ 1. – L'équilibre instable, facteur de mouvement.....	159
§ 2. – Le report du risque sur les parties prenantes.....	165
Conclusion	169
Bibliographie	173
Index	177
Table des matières	179