

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Claude CHOSE & François DEMOND,

Conseils en Réduction des coûts



**Maitriser vos coûts et  
Améliorer vos marges**

Claude Chose

[claude.chose@orange.fr](mailto:claude.chose@orange.fr)

Tel : (33)0686003940

François Demond

[francoisdemond@free.fr](mailto:francoisdemond@free.fr)

Tel : (33)0609565705

# Maitriser vos couts, Améliorer vos marges, c'est:

- Maîtriser la structure de coût de vos produits
  - Design to cost
  - Structure des coûts
  - Elaboration des prix/marges
- Définir votre méthode pour le choix des fournisseurs,
- Avoir un processus d'amélioration permanent des coûts de structure de l'organisation.

# DESIGN TO COST

# Design to cost

- Fixer les objectifs de coût matière et de valeur ajoutée des nouveaux produits en fonction du marché devient une priorité lors du lancement d'un nouveau produit sur le marché.
- Ces actions doivent se faire dès le début du projet en utilisant toutes les données d'évolution de prix de vente fournies par le service Marketing, en utilisant l'approche “**Design to cost** ”.

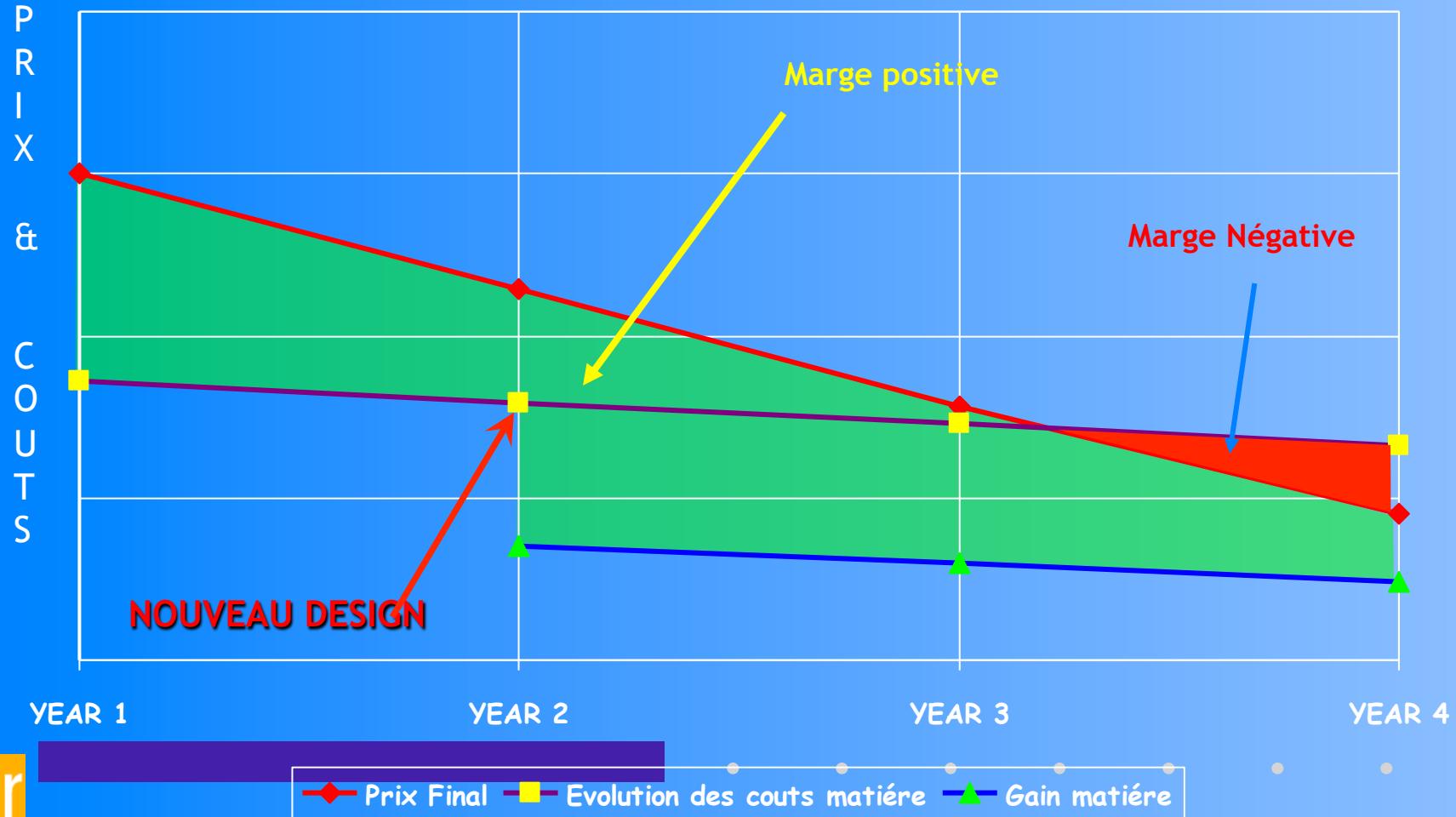
## Pourquoi DESIGN to COSTS :

Pour définir le juste cout  
que le Client est prêt à  
payer pour le produit de  
base.

# Design to costs c'est:

- Définir l'objectif de coûts pour l'équipe de Développement du produit en fonction de l'évolution du prix du marché. (Etude marketing)
- Définir pour chaque fonction du produit le prix cible, en accord avec les données du marché.
- Suivre les coûts durant la phase de développement et mettre en place les actions correctives

# Design to costs pourquoi :



# Design to costs objectifs :

- **Coûts**

- Atteindre l'objectif du premier coup.
- Améliorer la marge initiale du projet dès le début de vie du produit
- Maîtriser la décroissance du coût revient du produit
- Réduire les coûts de développement.

- **Qualité**

- Améliorer le niveau de qualité DU produit
- Mettre le process de fabrication sous contrôle pour éviter les contrôles superflus

- **Time to Market**

- Réduire le temps de développement de vos produits.
- Prendre en compte des évolutions de produits sur plusieurs redesigns



# CHOIX DES FOURNISSEURS

# Choix des Fournisseurs :

- Catégories de critères
  - La qualité des réponses au devis
  - La profondeur du fournisseur
  - Les expériences passées du fournisseur
  - Le respect des délais
  - Le coût des prestations

# Choix des Fournisseurs : la communication

Ingénieurs

Définition des exigences techniques  
Les plans, les devis techniques

Acheteurs

Les délais, les transports..  
Nb de Fournisseurs, proximité..

Marketing

Les prix, la qualité, volumes...

Définir les besoins et les spécificités du projet

Evaluation par les Achats

Recherches des fournisseurs

# Choix des Fournisseurs :

- Processus global de sélection d'un fournisseur
  - Définition des exigences
  - Identifications des fournisseurs
  - Demande de soumission
  - Sélection des fournisseurs
  - Administration des contrats

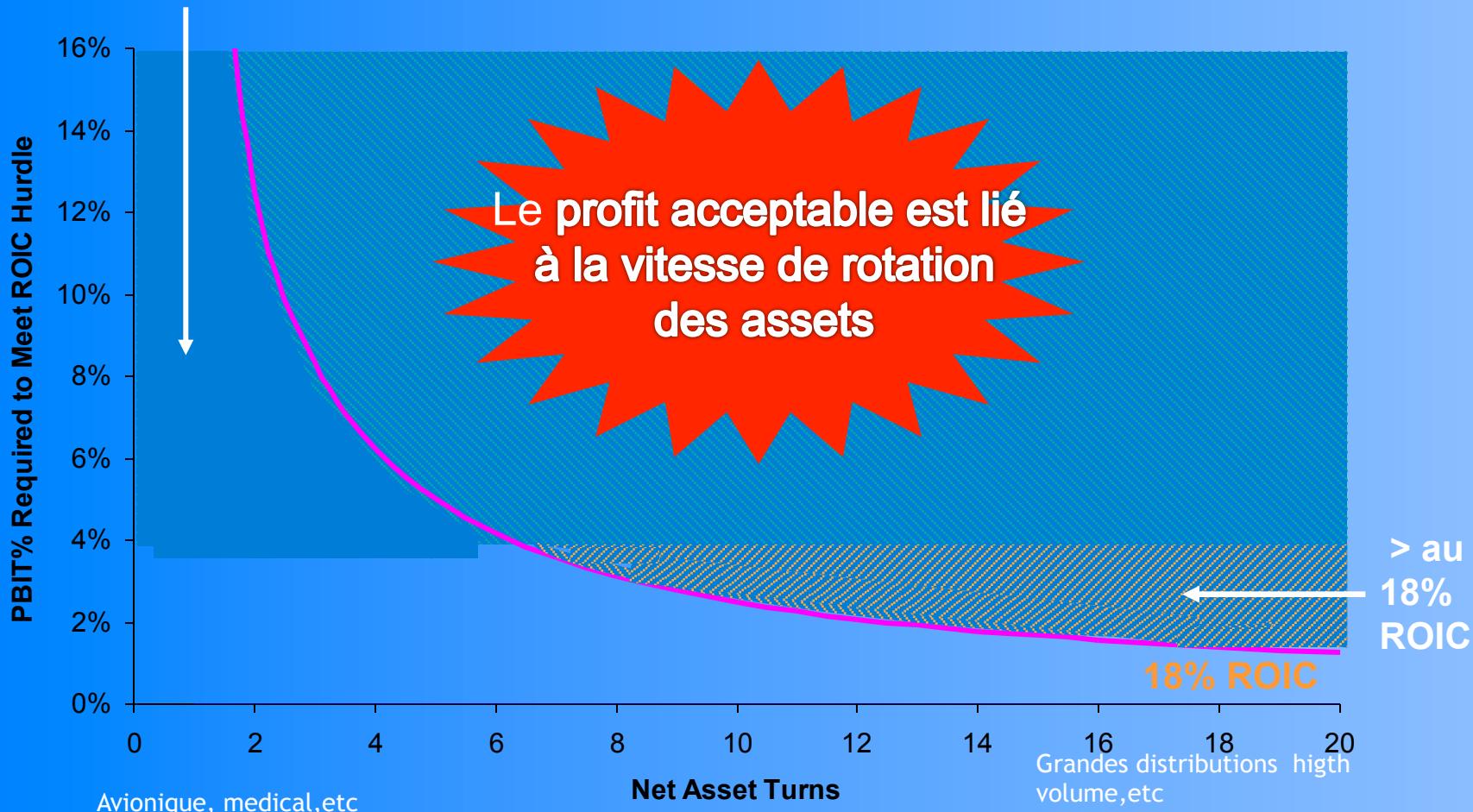
# COUTS DE STRUCTURES & BUDGETS

# Méthodes d'élaboration de prix

- Il existe plusieurs méthodes pour élaborer des prix, celle utilisée doit répondre au besoin de votre entreprise en terme de profitabilité, de moyen de financement, lié à votre segment de marché.
- Ex : Couts + marge de X% systématique
- Couts + marge → ROA / ROIC de x %
- Prix alignés sur demande client
- Dumping volontaire pour absorption frais fixes

# Vitesse de rotation des Assets => PBIT% pour atteindre les 18% de ROIC

< au 18% ROIC



Capital net investi =

Factures client- factures  
fournisseurs + Inventaire + Net  
investissements

Rotation net Capital investi

= C.A. / Capital net invest

# Modéliser votre structure de prix

Cotation rapides des demandes clients

- Structure identiques facile a expliquer

Ex : Matière

Cout d'achat

Cout de production

Services Généraux

Marges

Total prix clients

Transports



# Structure de coûts :

## Comptabilité

### Générale

Achats            Salaires D/I    Charges  
Transports       Amortissements  
Surfaces        Consommables   Maintenance  
Opérations S/T   Flux EDF/GDF..)  
Services Généraux (RH, Ventes, Mktg  
Finance, Direction, ..) Taxes , Marges

### Analytique



Couts par projet/produit

Couts par lancement

#### Indicateurs

- Gestion (inv, turn, scrap, demande/comitt/réalisé...)
- productivité (TU, volume, absentéisme, machine (taux utilisation...))
- Qualité (yield , rejet, retour, respect des délais..)
- Délais de paiement

# Réponses rapides aux demandes clients

- (*Introductions de nouveaux produits, Demande de cotations, Demande d'information,..*)
  - *Modéliser votre structure de prix*
  - *Former vos collaborateurs aux différentes approches de calcul de prix,*

# Formation

Un responsable avec des connaissances :

- du marché
- de la production
- de la finance



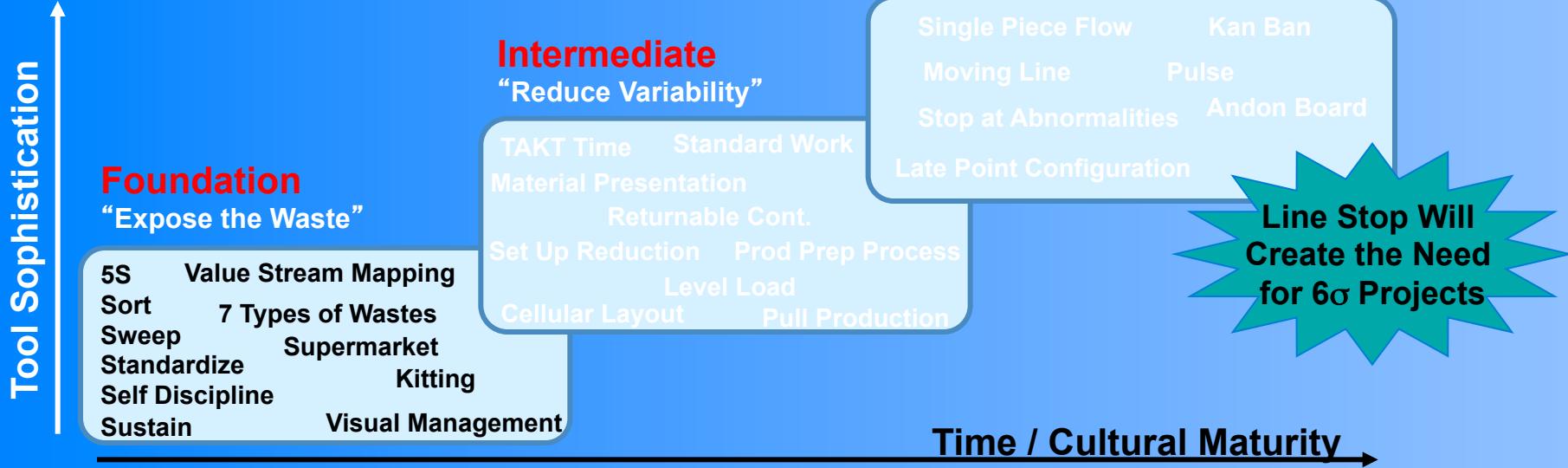
Developper un modèle de prix spécifique

# Process d'amélioration permanente :

- Identifier les problèmes et/ou le potentiel d'amélioration de vos process
- Mettre en place des plan d'actions
- Suivre la mise en place

# LEAN Method Models

## Lean Change Leadership & Global Toolkit



## Six Sigma Improvement Process and Toolkit



**Both About Choosing the Right Tool Set**

## Quelques chiffres de référence:

- Dans l'industrie électronique: le ratio directs / indirects: 4 directs pour un 1 indirect
- La rotation des stocks doit être:
  - Pour des petites séries entre 4 & 6
  - grandes séries > 15.
- Coût de développement :
  - le hardware représente environ 30% des coûts de développement
  - Le software le reste
- L'essentiel du coût de la matière d'un produit électronique est figé à 90% lors du choix des composants clés.
- 20% des problèmes sont identifiés par les indicateurs existants et 80% sont connus du Mgt.
- Les coûts de non qualité sont généralement 2 à 4 fois supérieurs aux estimations budgétaires.
- Les supports production (méthodes, engineering,...) doivent présents dans l'Usine.

La supply chain est responsable à 80% de la réussite d'un projet.

# Qui sommes-nous?

Nos références: Alcatel, Emerson, Geodis, Le Belier, Netcom, Novatech-Technologie, Sony, TCL & Alcatel, Thomson, Schneider Electric .....

## Claude Chose

15 ans d'expérience dans la réduction des coûts pour l'électronique grand public ou la téléphonie mobile pour des groupes de tailles mondiales

### Son support auprès des directions des opérations

soucieuses de réaliser, produire ou acheter des produits au juste coût pour la téléphonie ou l'électronique grand public.

L'expérience acquise en milieu opérationnel me permet de maîtriser l'évolution des coûts industriels.(Matière, productions, indirects,...)

### Sa carrière s'est déroulée chez:

- Philips,
- Wavecom..
- Depuis 2005, conseil en réduction de coûts indépendant, TCL & ALCATEL , GEODIS, Emerson, Alcatel, Le Belier(Serbie), Sony, Thomson, Novatech-Technologie

## Contact

Mail: [claude.chose@wanadoo.fr](mailto:claude.chose@wanadoo.fr)

Tel: 33 (0)6 86 00 39 40

## François Demond

16 ans d'expérience dans le monde des E.M.S.,

### Audit & Contrôleur de site

- Contrôleur de Gestion
- Programme Manager
- Responsable des cotations pour l'Europe
- Audit pour le rachat d'entreprise
- Cost Killer (Cotation vs Production)
- Déploiement du Lean sur les sites Europe
- EMEA Merge & Acquisition
- Business Account Manager
- Responsable des transferts de production

### Sa carrière s'est déroulée chez:

- IBM
- Solelectron / Flextronic..
- Depuis 2008, conseil en réduction de coûts indépendant, GN Netcom, Thomson, Novatech-Technologie, Schneider Electric...

## Contact

Mail: [francoisdemond@free.fr](mailto:francoisdemond@free.fr)

Tel: 33 (0)6 09 56 57 05

# Méthodes d'élaboration de prix

## optimun

	<u>Global</u>	<u>Mach 1</u>	<u>Mach 2</u>	<u>Mach 3</u>
Machine	1000000	500000	400000	100000
Amort	5	5	5	5
Cout/an	200000	100000	80000	20000
Utilisation max	5250	1750	1750	1750
Cout Horaire	38	57	46	11

## Basé sur le budget

	<u>Global</u>	<u>Mach 1</u>	<u>Mach 2</u>	<u>Mach 3</u>
Machine	1000000	500000	400000	100000
Amort	5	5	5	5
Cout/an	200000	100000	80000	20000
Utilisation max	5250	1750	1750	1750
Cout Horaire	38	57	46	11
Utilisation reel	2975	1400	1050	525
% utilisation	57%	80%	60%	30%
Cout Horaire	67	71	76	38

## Cotation

Volume	100	100	100	100
Matière	500	500	500	500
Heures passées	3	3	3	3
Cout VA	114	171	137	34
<u>Total</u>	<u>614</u>	<u>671</u>	<u>637</u>	<u>534</u>
Profit	7%	44	8%	56

Prix	<b>659</b>	<b>728</b>	<b>686</b>	<b>560</b>

	<b>747</b>	<b>771</b>	<b>779</b>	<b>641</b>

A/R	30	5488	30	6065	30	5713	30	4666
A/P	30	<b>4167</b>	30	<b>4167</b>	30	<b>4167</b>	30	<b>4167</b>
Equipmets		11429		17143		13714		3429
Inventaire	6	8333	6	8333	6	8333	6	8333

A/R	30	6227	30	6429	30	6490	30	5344
A/P	30	<b>4167</b>	30	<b>4167</b>	30	<b>4167</b>	30	<b>4167</b>
Equipmets		11429		17143		13714		3429
Inventaire	6	8333	6	8333	6	8333	6	8333

<u>Net invested Capital</u>	<u>21083</u>	<u>27375</u>	<u>23594</u>	<u>12261</u>

<u>Net invested Capital</u>	<u>21823</u>	<u>27738</u>	<u>24371</u>	<u>12940</u>

<b>ROIC</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>

<b>ROIC</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>	<b>21%</b>

# Notre savoir faire

Audits

Analyse structure des coûts

Cotations des produits

Preparation  
Dossier RFI/RFQ

Négociations de prix

A.B.C. Costing

Analyse Supply Chain

Design to Costs

Optimiser vos Structures  
indirectes

Réduction coûts  
de production