

Domaines de Qualification

ISQ-OPQCM

Domaines de Qualification

Le cabinet conseil postulant doit choisir un ou plusieurs domaine(s) de qualification parmi les 18 domaines suivants :

- 1 - Stratégie et politique d'entreprise**
- 2 - Marketing et commercial**
- 3 - Production et logistique**
- 4 - Ressources humaines**
- 5 - Systèmes et technologies de l'information**
- 6 - Technologie**
- 7 - Finances et assurances**
- 8 - Management de projets**
- 9 - Approche globale des organisations - Généraliste**
- 10 - Intégration des systèmes de management**
- 11 - Communication, Relations Publiques**
- 12 - Études de marché**
- 13 - Recrutement**
- 14 - Ergonomie**
- 15 - Accompagnement à l'international**
- 16 - Conseil en Formation**
- 17 - Achats**
- 18 – Optimisation des coûts**

1 Stratégie et Politique d'entreprise

Détermination des orientations stratégiques majeures et des politiques de l'entreprise

Planification stratégique.

Optimisation de l'allocation des ressources.

Stratégies nationales et internationales de développement, de diversification et de désinvestissement.

Détermination des stratégies dans les domaines suivants : commercial, technique, recherche et développement, social, financier ...

Diagnostic et analyses stratégiques

Audit des systèmes et comportements stratégiques.

Évaluation des ressources de l'organisation

Repérage et évaluation des axes de développement possibles.

Évaluation de la faisabilité et des moyens à mettre en œuvre

Segmentation de l'activité.

Analyse du portefeuille d'activité, analyse prospective de l'environnement économique, technologique,

Réglementaire, socioculturel.

Élaboration et évaluation des futurs possibles.

Planification stratégique

Fixation des procédures.

Plans à court, moyen et long terme. Plans de développement et de redressement.

Évaluation des coûts.

Mise en œuvre d'un plan ou d'une opération stratégique

Élaboration du programme.

Identification des méthodes de suivi et d'évaluation qui conviennent.

Mise en œuvre de ces méthodes.

Stratégies de diversification, d'acquisition et de fusion

Identification des besoins de l'organisation, recherche des solutions ou partenaires possibles.

Évaluation de la faisabilité et des coûts des solutions envisagées.

Adaptation des structures aux stratégies retenues.

Techniques d'acquisition.

Conseil en Projet d'Entreprise

Diagnostic, culture et valeurs de l'entreprise.

Définition d'une démarche et construction du projet d'entreprise.

Établissement du projet et stratégie de mise en œuvre.

2 Marketing - Commercial

Fonction Marketing dans son ensemble (stratégie marketing incluse).

Mise en œuvre d'une stratégie nationale et internationale.

Recherche et études de marché.

Organisation et gestion des ventes.

Stratégie et gestion de la distribution.

Stratégie marketing

Développement et mise en œuvre de stratégies marketing créatives à la fois au niveau des marchés nationaux et des marchés internationaux.

Cela concerne le développement de la totalité des actions marketing - gamme de produits, conditionnement, commercialisation, franchise, promotion, segmentation du marché, distribution, force de vente, marchés géographiques - afin d'obtenir le meilleur rendement à partir du marché existant.

Audit opérationnel marketing et commercial

Analyse des systèmes marketing et commerciaux existants.

Recherche des points forts et des points faibles.

Identification des axes d'amélioration - plan d'action.

Organisation et politique commerciale

Politique Tarifaire

Gestion des ventes

Tous les aspects de l'organisation d'une force de ventes, recrutement, formation, contrôle, motivation, soutien.

Promotion - Stimulation.

Identification de nouveaux marchés nationaux et à l'exportation

Évaluation et analyse du marché en tenant compte des produits et des procédés existants, ainsi que des nouveaux produits et procédés en phase de développement.

Logistique commerciale, distribution, transport

Tous les aspects de l'organisation de la distribution et du transport, supervision, motivation, soutien.

Administration des ventes et du technico-commercial.

Réseaux et flux de distribution.

3 Production & Logistique

Développement et mise en œuvre de stratégies et de plans détaillés pour l'ensemble de la fonction production. Cela englobe la stratégie de l'ensemble de la production, l'autorisation ainsi que la gestion et le contrôle de la production, l'utilisation et le contrôle des matières premières, l'ingénierie de production, le contrôle de qualité, les relations humaines dans l'organisation et la motivation de l'encadrement, le contrôle des achats, la formation industrielle et technique.

Stratégie de production

Développement de la stratégie de production. Stratégie intégrée de l'implantation, méthodes de production, gestion de la production, logistique, maintenance, gestion de la qualité, relations humaines dans l'organisation, motivation de l'encadrement, contrôle des achats et formation industrielle.

Bureaux d'études

Structure des études. Planification des études, codification, standardisation, méthodes d'industrialisation.

Gestion des études.

Lien avec la fonction Recherche et Développement.

Audit opérationnel de la fonction production

Porte sur tout ou partie de la fonction production.

Identification des axes d'amélioration - Plan d'action.

Gestion et contrôle de production

Développement et mise en œuvre de systèmes manuels et informatisés de gestion de production.

Élaboration de plans directeurs de fabrication.

Budget industriel et tableaux de bord.

Ingénierie de production et productique

Développement des méthodes de production et de l'organisation du travail pour des fabrications manuelles, semi ou totalement automatisées (incluant les robots).

Choix des équipements et conception des outillages. Détermination des gammes et nomenclatures.

Logistique de production

Organisation des achats et approvisionnement : achat, réception, codification, magasinage, gestion.

Organisation du transport des pièces de rechange.

Transfert des demi-produits inter-usines. Ordonnancement des fabrications.

Maintenance et gestion des équipements

Préparation – Planification des travaux – Inspection préventive. Dépannage.

4 Ressources Humaines

Les interventions portent sur l'adaptation des ressources humaines à la stratégie de l'entreprise. Elles consistent à mener des études ou à dispenser du conseil en gestion et management individuel et collectif des ressources humaines, dont notamment :

Diagnostic humain

Audit social, analyse du climat social et de la situation d'un encadrement face à sa fonction de commandement et d'animation des personnes.

Stratégie des ressources humaines

Étude et mise en place de stratégies des ressources humaines au regard de l'évolution des besoins de l'organisation et du potentiel existant en interne, dans le cadre de la RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) :

- Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences,
- Détection des potentiels,
- Gestion des âges, égalité homme – femme, politique d'emploi des travailleurs handicapés...

Gestion des ressources humaines

Étude et mise en place de systèmes de gestion des ressources humaines et des procédures associées (accueil, mobilité, formation, promotion, évolution de carrières,...).

Élaboration de systèmes d'évaluation et d'appréciation du personnel

Rémunération

Étude et mise en place de systèmes de rémunération et/ou d'intéressement

Classification

Évaluation et définition de postes de travail.

Spécification de fonction.

Conception de référentiels métiers

Organisation du travail

Rythmes, durée, aménagement...

Mobilisation des ressources humaines

Étude et mise en place d'actions visant à améliorer la cohésion du corps social de l'organisation et l'implication des exécutants (démarches «décentralisation», «projet», groupes de progrès, groupes d'amélioration qualité, analyse de la pratique ...).

Relations sociales

Assistance à la Direction, à son encadrement, aux partenaires sociaux, dans leurs relations quotidiennes ou de crise : réduction d'effectifs, mutations technologiques profondes entraînant des modifications des méthodes de travail et des qualifications, restructuration, fusions,...

Conseil et accompagnement des partenaires sociaux et des institutions représentatives du personnel

Accompagnement individualisé

Accompagnement à l'élaboration d'un projet professionnel : Bilan de compétences, Bilan de Compétences Approfondi, Outplacement, ... Assistance personnalisée, limitée dans le temps, visant à faire mobiliser par la personne accompagnée, ses ressources personnelles pour trouver la réponse pertinente ou la mieux appropriée à la situation professionnelle spécifique vécue. Par exemple :

- Processus de transition, (individuelle ou de l'organisation)
- Prise de nouvelles responsabilités, (exercice de l'autorité, positionnement dans l'équipe, maîtrise de techniques de management ...)
- Environnement complexe (restructuration, fusion acquisition, changement de culture d'entreprise...)
- Difficultés managériales (délégation, négociation, organisation....)

5 Systèmes et Technologies de l'information

Tous les aspects de la mise à disposition, analyse, stockage, accès et communication de l'information pour répondre aux besoins de toutes les fonctions de l'organisation. Cela combine la gestion de l'organisation et les techniques comptables avec les matériels les plus avancés en informatique et de télécommunications.

Conception et développement de système

Conception, développement et mise en œuvre de gestion de système d'information
Basés sur des techniques manuelles, informatiques et téléphoniques.
Définition de cahiers des charges, schéma directeur, analyse fonctionnelle.
Création et mise en place de tableaux de bord.

Audit opérationnel des systèmes d'information & de gestion informatique & téléphonique

Audit détaillé des systèmes informatiques et de télécommunications existants, en termes de niveau de service, de coût et de productivité pour l'organisation, du hardware et du software.
Organisation technique.
Schéma directeur.
Analyse des coûts directs et induits.
Recherche d'économie potentielle et de gain de productivité.

Stratégie informatique et de télécommunications

Développement de stratégies au service de tous les besoins de l'organisation en matière d'information et de communication.
Conception et développement de systèmes informatiques.
Rationalisation des outils de télécommunication
Déploiement de réseau de télécommunication.
Renouvellement de matériel et de services en télécommunication et ses dérivés.
Mutualisation des ressources et des services.

Mise en concurrence des opérateurs en télécommunication

Mise en concurrence simple (entreprise privée).
Mise en concurrence (Marchés Publics) conformément à la circulaire ministérielle du 7 mai 1998 (Collectivités Locales).

Gestion de projets informatiques et de télécommunications

Planning, gestion et contrôle du matériel, des logiciels et des approvisionnements de systèmes complexes, informatiques et de télécommunications.

Bureautique et gestion administrative

Développement et mise en œuvre des conditions d'une haute productivité administrative.

Systèmes experts et intelligence artificielle

Recueil de savoir-faire et de règles.
Conception, développement et mise en œuvre de systèmes experts.

Audit du Service informatique

Organisation du service informatique.
Répartition des tâches et responsabilités.
Gestion interne : planification, budget, estimation des ressources nécessaires, suivi, méthodes de travail, normes.

6 Technologie

L'association des différents savoir-faire technologiques répond aux besoins du développement des produits et des procédés stratégiques dans l'industrie.

Stratégie des technologies

Développement de plans stratégiques de technologies entièrement intégrés au développement de l'organisation.

Le développement de la conception des produits et des procédés et le développement d'une innovation planifiée à l'intérieur de l'organisation sont nécessaires à cette approche.

Audit opérationnel du patrimoine technologique et de son management

Recherche des points forts et des points faibles – Plan d'action.

Gestion du portefeuille de projets de recherche et développement

Développement de produits et de procédés

Assistance à la conception et au développement de produits et de procédés nouveaux ou innovants.

Management de l'innovation et de la recherche et développement

Intégration de la fonction «Recherche & Développement» dans les autres fonctions de l'organisation.

Licences et brevets

Audit de la protection industrielle

Politique de licences et brevets – Protection du capital technologique.

Acquisition ou cession sous licence de produits ou procédés.

Gestion de l'énergie

Tous les aspects techniques et de gestion concernant le coût d'utilisation effectif et le contrôle de la consommation d'énergie dans l'organisation.

Veille technologique

7 Finances & assurances

Tous les points ayant trait aux aspects financiers des organisations

- **Audit économique et financier, diagnostic, expertise financière**
- **Plan d'affaires**
- **Levée de fonds**
- **Ingénierie financière, investissement, financement dont trésorerie**
- **Evaluation globale du patrimoine planification fiscale et financière**
- **Financement de l'innovation, (dont Crédit d'Impôt Recherche)**
- **Financement des collectivités locales**
- **Evaluation, rapprochement, transmission d'entreprise**
- **Conseil en gestion prévisionnelle et contrôle de gestion**
- **Conseil en assurances, risques et assurances management.**

8 Management de projets

Un projet est un ensemble finalisé d'activités et d'actions entreprises dans le but de répondre à un besoin défini dans les délais fixés dans la limite de l'enveloppe budgétaire allouée.

Contrairement aux opérations, qui sont des processus répétitifs, l'essence d'un projet est d'être innovant et unique.

Un projet est une action temporaire avec un début et une fin précis, qui mobilise des ressources identifiées (humaines, matérielles, équipements, matières premières, informationnelles et financières) durant sa réalisation.

Aide à la décision

Etudes d'opportunité - Etudes de faisabilité - Etudes de définition - Programmation Evaluation - Anticipation - Etudes des impacts potentiels prévisibles.

Conduite de projets

Accompagnement ou conduite d'un projet dans ses différents phases d'élaboration, de réalisation, d'évaluation.

Assistance à maîtrise d'ouvrage, assistance à maîtrise d'œuvre.

Audit opérationnel de projets

Identification des dysfonctionnements. Analyse de la structure du projet, des systèmes de gestion, de suivi, de contrôle, de transfert de compétences.

Evaluation de projets ou de programme

Audit des résultats obtenus et des moyens mis en œuvre comparés aux documents de projets initiaux.

Audit a posteriori des résultants obtenus et de l'impact du projet ou du programme sur son environnement.

Documentation des bonnes pratiques et stabilisation de leurs modes de déploiement.

Conception et mise en place d'outils pour la gestion d'un projet

Gestion du temps - Gestion des coûts - Systèmes d'information - Concertation et pilotage.

9 Approche globale des organisations - Généraliste

Les interventions portent sur la gestion des organisations, qu'il s'agisse de leurs structures ou de leurs activités. Elles consistent à mener des études, à conseiller ou à assister les organisations pour les aider à répondre à leurs besoins d'adaptation aux changements tant internes qu'externes, pour en assurer le progrès, le développement et la pérennité.

Le Conseil généraliste aide les organisations dans le management et la gestion des activités des procédures et des personnes, la prévision et la résolution des problèmes courants en matières de direction, d'organisation et de gestion dont notamment :

Création ou reprise d'entreprise

Assistance à l'élaboration et au suivi du projet d'entreprise, de cession ou de transmission. Prévisions et planification commerciales, techniques et financières. Structure et organisation humaine, fonctionnelle, administrative, juridique et financière. Mise en œuvre d'un système adapté de gestion prévisionnelle et de contrôle. Assistance à l'implantation géographique et aux relations entre administrations et organisations.

Rapprochement d'entreprises ou d'organisations

Analyse préalable des contraintes de tous les paramètres de l'opération. Recherche et aide à la mise en œuvre des conditions optimales. Participation à l'élaboration du projet. Assistance dans les négociations et le suivi des opérations des spécialistes, jusqu'à la finalisation complète du projet.

Prévention et traitement amiable des difficultés des entreprises

Diagnostic complet de la situation et des perspectives des organisations.
Détermination des points forts, des points faibles, des contraintes et des potentialités. Assistance à l'élaboration, et au suivi des plans opérationnels pour les besoins des organisations.
Plan de développement, conception de tableaux de bord, plan d'affaires.

Organisation et gestion de crise

Aide à la résolution des problèmes soit en élaborant les solutions d'une manière conjointe avec les responsables, soit en assistant simplement les responsables, soit encore en pilotant l'intervention d'un spécialiste.

Assistance aux plans de sauvegarde de redressement ou de liquidation judiciaire

10 Intégration de systèmes de management

Ce domaine concerne les prestations de conseil ayant pour but d'intégrer à une organisation existante des pratiques en matière de management visant un ou plusieurs axes de progrès spécifiques : management de la qualité, management de l'environnement, management de la santé et de la sécurité au travail, management de la sécurité de l'information, par exemple.

Ainsi, le système de management se définit comme étant un ensemble d'éléments corrélés ou interactifs, permettant d'établir une politique avec des objectifs et de les atteindre. Il inclut, notamment les activités de :

- Planification (orientation, buts, organisation, fixation d'objectifs mesurables, allocation de ressources, communication).
- Réalisation (mise en œuvre des actions)
- Vérification de l'atteinte des objectifs
- Recherche permanente d'améliorations.

Ces systèmes s'appuient sur des référentiels normatifs ou autres, génériques ou sectoriels, publics ou privés. Leur mise en œuvre nécessite la maîtrise de l'approche globale de l'organisation par les processus, de l'analyse des risques et du management par approche système.

Les interventions relatives à ce domaine ont pour but d'élaborer, de mettre en place, de faciliter la mise en œuvre, d'évaluer, d'améliorer de tels systèmes :

Diagnostic

Diagnostic global en vue de l'intégration d'un système de management

Planification du système de management

Elaboration du planning directeur des actions

Formulation de la politique du système de management

Définition des orientations et des objectifs généraux

Identification et diffusion des valeurs propres à l'entité

Identification et formalisation de la répartition optimale des rôles, missions et responsabilités

Mise en œuvre du système de management

Choix, mise en place et suivi d'indicateurs de mesure d'efficacité des méthodes et moyens alloués

Mise en œuvre des actions, en conformité avec les exigences du référentiel

Suivi du planning, mesure des résultats, bilans d'étape et recommandations d'amélioration

Sensibilisation, animation, communication, accompagnement de l'encadrement et des opérateurs

Élaboration et mise en œuvre de plans et d'outils de communication.

Élaboration d'outils et/ou de modules de sensibilisation du personnel

Réalisation de la sensibilisation

Accompagnement des responsables de projet à la prise des fonctions liées au système

Animation de groupes de pilotage et de groupes de travail

Audit

Examen systématique des activités et processus mis en œuvre, par référence aux dispositions préétablies, avec proposition de mesures d'amélioration.

(La réalisation d'audits « tierce partie » pour le compte d'un organisme certificateur n'est donc pas considérée comme un acte de Conseil en Management).

Amélioration permanente

Définition et mise en œuvre de processus d'amélioration permanente

Méthodes de motivation pour la recherche d'améliorations.

11 Communication, Relations Publiques

Conseil en Communication et relations publiques,

Études et conseil stratégique. Audits des communications spécialisées.

Mesure de l'opinion et des programmes.

Relations avec la presse et les médias

Communication institutionnelle

Études et conseil stratégique. Mesure de l'opinion et des programmes. Ingénierie des services intégrés en communication. Communication de crise. Communication publique, communication internationale. Conception et mise en œuvre de programmes auprès de publics externes spécifiques. Conception et mise en œuvre d'actions et de moyens ponctuels ou permanents de communication institutionnelle.

Communication interne

Étude et conseil stratégique. Ingénierie de services intégrés de communication interne. Mesures de l'opinion interne. Communication de motivation. Communication de crise. Relations internationales. Conception/réalisation de média internes.

Conduite et animation de réunion. Formation à la communication. Organisation de conventions internes.

Communication sur les produits, les marques, les services

Étude et conseil stratégique. Ingénierie des «services consommateurs». Mesure de l'opinion et des programmes. Communication de crise. Conception et mise en œuvre de programmes auprès de publics internes ou externes spécifiques. Conception et mise en œuvre d'action et moyen ponctuels ou permanents au profit des produits, marques ou services.

Communication financière

Études et conseil stratégique. Mesure de l'opinion des publics financiers.

Communication de crise. Organisation de rencontres financières. Relations avec la presse économique et financière. Édition financière. Publicité financière.

Communication avec les pouvoirs publics

Études et conseil stratégique. Intelligence politique, législative et réglementaire.

Lobbying. Mesures de l'opinion. Communication de crise. Organisation de réunion avec les décideurs politiques et de l'administration. Conception de dossiers et/ou d'argumentaire. Relation avec la presse. International.

Communication de crise

Étude et conseil stratégique. Élaboration des stratégies de réponse. Ingénierie des dispositifs de crise. Formation à la communication de crise.

12 Études de marché

Le terme études de marché inclut les études quantitatives, les études qualitatives, les études auprès des organisations et les études industrielles, les études auprès de cibles rares ou particulières, les sondages d'opinion et les études documentaires.

Le terme études de marché recouvre également les études d'opinion lorsque ces dernières utilisent des méthodes et des techniques similaires pour l'étude de questions qui ne sont pas liées à la commercialisation de biens et de services et lorsqu'elles ont pour objectif de comprendre ou prévoir les changements en œuvre dans la société, ceci au bénéfice des gouvernements ou des institutions.

Conception d'étude et expertise méthodologique

Nombre de donneurs d'ordres ont recours, lors des phases préalables de conception d'étude, à des conseils internes ou externes pour les aider à préciser leur projet.

Cette tâche peut porter aussi bien sur la méthodologie générale de l'étude, que sur ses étapes spécifiques de recueil et de traitement de l'information.

Le conseil peut également porter sur différents aspects de la gestion de l'étude, comme la formation des personnels en charge de l'étude, ou l'organisation du travail.

Les différentes acceptations possibles sont : conception de la méthodologie d'étude, conception de recueil et de l'exploitation de l'information, et direction des études (formation, organisation des études)

Études documentaires

« L'étude documentaire (ou « desk research ») est un travail de compilation des données disponibles au sein de l'organisation ou accessibles en externe, dont l'objectif est de faire le point sur un marché, d'explorer une problématique marketing, ou de préparer une phase d'étude plus approfondie. Elle permet de répondre à 3 objectifs principaux : répondre à une question marketing précise (quelle est la taille du marché qui m'intéresse ? Comment va-t-il évoluer dans l'avenir ? Quelles sont les caractéristiques des nouvelles offres de mes concurrents ?), éclairer une problématique marketing, de manière plus ou moins complexe, en identifiant les hypothèses possibles qui pourront être validées par la suite, établir un diagnostic, qui peut soit se suffire à lui-même soit ouvrir la route à un recueil ad hoc plus approfondi ». (Source Ministère du redressement productif)

Études qualitatives

Elles sont effectuées auprès d'un petit nombre de personnes significatif d'une cible mais non représentatif de la population étudiée.

Elles s'attachent à identifier, comprendre et expliquer les attitudes, motivations, contenus de perception, opinions, comportements, attentes et besoins à l'égard de produits, communications ou services.

Elles servent à rechercher une information en profondeur : explorer un problème, le comprendre, formuler des hypothèses, ou encore trouver des idées, stimuler la créativité voire préparer, compléter, enrichir une étude quantitative ou aider à son interprétation.

Études quantitatives

Les études quantitatives sont menées auprès d'un échantillon qui vise la représentativité d'une population ou d'une cible spécifique.

Ces études peuvent être ad hoc ou représentatives et s'appliquent à tous les secteurs d'activité.

Elles permettent de mesurer et de quantifier les usages, les attitudes, les attentes, les comportements, les opinions, la satisfaction, les intentions d'achats, l'audience, etc. Elles peuvent concerner des tests de produits, des baromètres, des tests de communication...

Définition de panels

Conception et exploitation de panels de consommateurs, de distributeurs, de points de vente, d'audience, panels bases de sondage, panels glissants et de toute étude dont une partie significative de l'échantillon est maintenue constante au cours du temps pour des interrogations successives.

Traitement des données quantitatives

Traitement des données d'enquêtes quantitatives, ainsi que les traitements statistiques de fichiers de données, quelle que soit l'origine de celles-ci : fichiers clients, ventes, bases de données... Ces traitements sont normalement informatisés.

Conception et réalisation de logiciels ou progiciels destinés à la réalisation ou au traitement d'enquêtes quantitatives.

Définition des analyses, interprétations et recommandations en études de marché

L'analyse et l'interprétation de l'information recueillie ont pour but de transformer une donnée brute, qualitative ou quantitative, en résultat utile pour le demandeur de l'étude. Ce travail de traitement de l'information est opéré en ayant recours à des méthodes d'analyse éprouvées, et en respectant des règles fondamentales d'interprétation des résultats. Au terme de ce processus, il est enfin possible de produire des recommandations qui expriment les conclusions stratégiques qui peuvent être tirées des résultats.

- Analyses statistiques, qualitatives, de données homogènes
- Synthèses des résultats

13 Recrutement

Le recrutement consiste à apporter aux entreprises privées et publiques d'une part, et aux candidats, d'autre part, une prestation d'ordre intellectuel visant à permettre et à faciliter leur choix réciproque, tout en recherchant la meilleure adaptation des personnes, dont auront été étudiées les aspirations et les potentialités, à des fonctions professionnelles précisément définies.

Le processus de recrutement comporte quatre phases.

Analyse du poste

Étude de l'organisation et de son environnement. Validation du besoin. Analyse des fonctions. Définition des exigences du poste et du profil susceptible d'y convenir.

Mise en œuvre des moyens

Choix d'une stratégie de recherche. Rédaction d'annonces. Contacts auprès de relais (écoles associations...) Internet. Approche Directe.

Évaluation

Entretiens - Tests - Analyses graphologiques

Suivi

Mise en place d'un suivi régulier en entreprise.

La mission de recrutement réclame à tout niveau des compétences, complétées par la formation et l'expérience, en matière d'économie, de psychologie, de législation du travail, et appliquées dans le respect des lois en vigueur et des règles déontologiques de la profession.

14 Ergonomie

Assistance à l'étude, la mesure et l'amélioration des conditions de travail, en rapport avec les possibilités de l'homme, dans leurs multiples dimensions :

- **Charge physique** (postures, charge dynamique, ...)
- **Charge mentale** (vitesse, complexité, répétitivité, contraintes de temps)
- **Environnement physique** (bruit, température, éclairage, vibration, pollution, matières dangereuses, etc.)
- **Environnement psycho-social**

Ces interventions peuvent concerner divers domaines d'assistance :

- **Conception de postes et d'espaces de travail**
- **Conception de projets** technologiques, organisationnels, architecturaux, spatiaux,
- **Conception** d'installations industrielles, de systèmes informatiques, de produits, d'équipements, de procédures
- **Intégration ou maintien en poste de travailleurs handicapés.**
- **Prévention des risques pour la santé au travail,**

Analyse de l'activité : modes opératoires, objectifs, effets sur la performance et la santé
Analyse des données sociales, organisationnelles, de production, diagnostic
Identification des écarts entre travail prescrit et travail réel, hiérarchisation des déterminants de l'activité (humains, techniques, organisationnels)
Préconisation de solutions permettant d'améliorer les situations de travail (aménagement du temps de travail, aménagement des postes, aide à la définition postes, à l'identification des compétences nécessaires, des besoins en formations liées...)
Rédaction de cahiers des charges, élaboration de plan d'actions
Conduite du changement, suivi des projets

Ce domaine peut être étroitement lié avec les domaines 4 Ressources Humaines et 10 Intégration de systèmes de management, toutefois il s'en différencie par l'objectif et la nature même des interventions très ciblées et les compétences avérées en ergonomie des praticiens.

15 Accompagnement à l'international

Les sociétés d'Accompagnement à l'International sont des prestataires de services spécialisés pour les organisations qui veulent se développer à l'international (export, sourcing, investissement...).

Leur métier est avant tout l'international et la connaissance d'un territoire par la présence dans le pays concerné, et non une spécialité traitée à l'étranger.

Elles sont le bras armé de ces organisations « clientes » et ont une obligation de moyens suffisants pays par pays dont elles sont spécialistes.

Les sociétés d'accompagnement doivent - avoir, concernant les pays sur lesquels elles agissent :

- la connaissance des pratiques culturelles.
- la maîtrise des circuits d'informations et de décisions et donc maîtriser la langue de ces pays ou avoir les moyens de traduction et d'interprétariat soit en interne, soit en externe.
- une implantation permanente dans le pays concerné, avec un périmètre suffisant au regard du chiffre d'affaires des opérations ou services travaillés sous forme de bureaux de représentation, filiales, voire agents ou correspondants avec des moyens humains suffisants.

Les prestations d'accompagnement à l'international s'organisent autour de grands thèmes tel que :

Sélection de marchés cibles étrangers

Captage d'Informations-Veille Commerciale à partir des implantations locales.
Recherche de marché

Organisation-assistance aux techniques du commerce international

Audit-Stratégie Internationale

Développement International

Recherche-sélection de partenaires à l'international

Négociation-assistance aux contrats à l'international

Mise en place - Organisation

Suivi - Contrôle réseau de distribution à l'international

16 Conseil en Formation

Le Domaine Conseil en Formation comprend les prestations de conseil liées à l'ingénierie de formation continue.

Le conseil en formation exerce ces prestations indépendamment de toute action de formation. Dans le cas où ces prestations de conseil (exemples ci-dessous) s'analysent comme la partie amont d'une action de formation, elles ne pourront être retenues que si elles sont spécifiquement contractualisées de manière indépendante d'une action de formation.

L'évaluation des besoins :

compétences existantes/requises

des parcours de formation

L'élaboration :

d'un plan de formation

d'un cahier des charges de formation

de plusieurs parcours pédagogiques

Conseil en formation :

auprès des DRH

à la sélection des prestataires de formation

17 Achats

Le domaine achat recouvre tous les aspects du conseil achat depuis les questions relevant de la stratégie achat, jusqu'à la mise en oeuvre opérationnelle de l'acte d'achat.

Le domaine est divisé en 4 segments, sachant que les missions de conseil confiées par les organisations peuvent concerner plusieurs segments.

Stratégie, organisation achat

Définition des stratégies achat, questions organisationnelles, définition d'un processus achat adapté aux enjeux, accompagnement méthodologique.

Accompagnement opérationnel à la mise en oeuvre d'un processus achat

Conduite du changement, évaluation de compétences, formation des équipes.

Assistance à la préparation des consultations et à la négociation

Préparation des cahiers des charges, des consultations, aide à la négociation, externalisation, délégation d'achats

Conseil en SI achat

Préconisations concernant des outils tels que e-procurement, e-sourcing, portail fournisseurs, technologies internet

18 Optimisation des coûts

Tous les aspects ayant trait aux réductions des coûts.

Le domaine est divisé en plusieurs segments, sachant que les missions de conseil confiées par les organisations peuvent concerner plusieurs segments notamment :

Réductions liées à l'ingénierie des ACHATS

- Energie
- Eau
- Télécommunications
- Flotte automobile
- Fournitures administratives
- Informatique
- Assurances

Réductions liées l'ingénierie SOCIALE

- Masse salariale (charges sociales, intérim, ...)
- Risques professionnels (taux accidents du travail,...)

Réductions liées à l'ingénierie FISCALE

- Taxes foncière, CVAE...

Réductions liées à l'ingénierie FINANCIERE

- Réductions liées aux frais bancaires, frais financiers

Audit des conventions FOURNISSEURS

Ces missions peuvent inclure :

- Audit, analyse
- Identification des points faibles
- Plan d'actions, assistance, conseil
- Accompagnement opérationnel
- Diagnostics organisation et processus existants, analyse de la valeur des produits et services achetés pour identification des gains potentiels, mise en œuvre de bonne pratiques, (sourcing, rationalisation des cahiers des charges, ...)
- Amélioration des performances
- Mise en œuvre de process