

# POSITIONNER LE DEPARTEMENT QUALITE FRANCE AU SEIN DES DIFFERENTES UNITES DU GROUPE KRAFT FOODS

## QUEL PROJET ? QUELS ENJEUX ?

« Il s'agissait de positionner le Département Qualité aux yeux de tous les acteurs de la Société, en développant un esprit "marketing" au sein même de celui-ci (savoir se "vendre" auprès des autres départements de l'entreprise).

Il s'agissait également d'améliorer la qualité des prestations du Département Qualité auprès des autres départements de l'entreprise, compte tenu de leurs attentes.

Il s'agissait enfin de rendre plus cohérente l'utilisation de méthodes et d'outils relatifs à la Qualité dans les autres départements de la Société. »

## QUELS ETAIENT LES OBJECTIFS POURSUIVIS ?

- ◆ Mobiliser les membres de l'Equipe Qualité autour d'une vision commune à 2-3 ans
- ◆ Prendre conscience des attentes des différents départements vis à vis du Département Qualité
- ◆ Définir l'offre du Département Qualité auprès des autres départements, en regard de leurs attentes et des nécessités de l'entreprise en matière de Qualité
- ◆ Elaborer des plans d'actions pour l'atteinte des objectifs fixés
- ◆ Définir des indicateurs "qualité de service" au sein même du Département Qualité
- ◆ Renforcer l'esprit d'équipe auprès de chacun de ses membres, et obtenir leur contribution à l'atteinte des objectifs fixés.

## EN QUOI A CONSISTE L'INTERVENTION DE GUY UZAN ?

- ◆ Des interviews des clients du Département Qualité et des acteurs même du Département afin de **connaître leurs réelles attentes** et de recueillir leurs idées d'amélioration
- ◆ Une **synthèse** des interviews et l'élaboration d'**axes de progrès** possibles pour satisfaire les clients
- ◆ Un **séminaire de 2 jours** avec toute l'équipe du Département afin de :
  - créer un esprit d'équipe autour d'objectifs à construire ensemble sur 2-3 ans,
  - définir l'offre du Département vis à vis des autres Départements
  - d'obtenir la contribution de chacun(e) à l'atteinte des objectifs fixés

## **QUELS SONT LES RESULTATS OBTENUS ?**

- ◆ Adhésion de chaque membre du Département au projet, et ce, dès l'issue du séminaire
- ◆ Mise en place de réunions internes mensuelles afin de faire un point d'avancement sur les plans d'actions en cours
- ◆ Mise en place de réunions spécifiques avec chaque département de la Société afin de résoudre des dysfonctionnements. Dans ce cadre là, le Département Qualité intervient en tant que « force de propositions et de recommandations » sur base de méthode de résolution de problème.
- ◆ Intégration plus en amont du Département Qualité dans le développement de nouveaux projets leaders par d'autres départements (Marketing, Supply Chain, Finances, R.H...)
- ◆ Nos clients nous félicitent de la qualité des services et des produits de notre Société

**A date, les résultats obtenus démontrent le besoin et la pertinence de la démarche entreprise avec Guy Uzan.**

## **Guy UZAN DEVELOPPE QUEL TYPE DE PROFESSIONNALISME ?**

- ◆ Méthodologie efficace basée sur une analyse approfondie de la situation existante
- ◆ Capacité à traduire les objectifs en plans d'action concrets
- ◆ Qualité d'écoute lors de la prise en compte du point de vue de chacun des acteurs
- ◆ Capacité à faire adhérer des profils différents autour d'un projet commun (le séminaire a grandement contribué au développement de l'esprit d'équipe)

## **VIVEMENT RECOMMANDE POUR ...**

**... des départements fonctionnels ayant des difficultés à trouver une place reconnue au sein d'une organisation**

**... des équipes d'une même unité n'ayant pas toujours la « culture du client interne »**

**Serge Edmond  
Directeur du Département Qualité  
Kraft Foods France**