

L'organisation et le contexte : Mahmut OZIL (voir chapitre précédent) réfléchi à l'impact de l'amélioration de la qualité sur la performance de son entreprise.

1. Qu'est-ce que la qualité et comment la mesurer

Document 1 : La qualité

Parler de qualité est naturellement conflictuel en raison des divers points de vue en cause : celui des ressources engagées, celui de l'organisation, celui des clients, celui des organismes d'évaluation.

Il y a plusieurs dimensions de la qualité : La qualité attendue : c'est la qualité souhaitée par les clients. elle implique la connaissance et la compréhension des attentes et des besoins des clients. La qualité voulue ou définie: celle que les professionnels décident d'atteindre en fonction de l'état de leurs connaissances. C'est l'objectif à atteindre. La qualité rendue / réalisée: celle réellement délivrée par les professionnels et l'organisation en général. La qualité perçue: c'est la perception du client par rapport à la relation vécue (expérience client)

La différence des produits des services passe actuellement par une volonté d'afficher une assurance qualité aux yeux des clients. Ces « assurances qualité » coûtent chères, prennent beaucoup de temps mais représentent une arme concurrentielle. Toutes ces démarches de certification, normalisation implique que l'entreprise se confie à un organisme extérieur qui a pour fonction de contrôler la conformité de l'entreprise ou de ses produits à certain niveau d'exigences précises.

Il existe pour cela différents labels (qui concernent plutôt les produits agricoles et alimentaires (agriculture biologique, label rouge...), des AOC sont plus spécifique aux vins et certains produits alimentaires (fromage par exemple) et des normes concernent soit les produits manufacturés (NF) soit les processus de fabrication ou de gestion de l'entreprise (norme ISO, la norme ISO 14000 traite du management environnementale, c'est-à-dire de ce que l'organisation fait pour réduire les effets nuisible de ces activités sur l'environnement).

Document 2 : Le Michelin des Kebabs

Pour les connaisseurs, il y a Kebab et Kebab: les mauvais, brûlés, radins sur les frites, au pain desséché, et les bons, ceux dont on s'échange jalousement les adresses ! Un site, Kebab-frites.com a décidé d'ériger ces derniers au rang de haute gastronomie en leur attribuant des étoiles, comme dans le guide Michelin. Il est appelé « Turc » par certains et « Grec » par d'autres (ce qui est amusant quand on pense que ces deux pays sont réputés pour se déchirer)... En banlieue, le Kebab est une véritable industrie. Ils travaillent le dimanche, des familles entières sont réquisitionnées pour



enfiler le tablier et poser la question fatidique : « Sauce blanche ou ketchup ? » Le Kebab fait véritablement partie des « habitudes » des jeunes ou des moins jeunes ! Défiant toutes les lois du marketing, sans aucune publicité, ces sandwiches à base de viande à la provenance mystérieuse ne connaissent toujours pas la crise...

Pourtant, loin de l'image de la « caillera » accro à qui il faut sa dose de Grec quotidienne, certains aficionados du salade-tomate-oignon sont devenus de vrais experts gastronomiques. L'un d'eux, Benoit Maso, leur a même créé un site Web dédié, « [Kebab-frites.com](http://kebab-frites.com) », véritable guide Michelin des Kebabs de France ! « *J'aime l'idée de mettre le Kebab à l'honneur, au même titre que les restaurants traditionnels* » se réjouit-il.

Benoit Maso est un amateur (oserais-je dire, un passionné ?) de Kebabs. Il observe les sites comparateurs et annuaires de restaurants fleurir sur la toile et déplore le manque d'informations sur les bons Kebab. « *Le Kebab, c'est comme le chasseur, il y a le bon et le mauvais... Un bon Kebab propose une viande qui donne envie de croquer à pleines dents sur la broche... Pain chaud, "salatomatoignons", sauce blanche et viande bien grillée sans être brûlée, sont les ingrédients du Kebab parfait. Avec frites bien sûr, même si ça semble un sacrilège pour les puristes.* »

Le jeune adorateur de Grecs confie avoir récemment eu une conversation avec un très bon Kebabiste turc de province, qui ne sert pas du tout d'accompagnement. Pour lui, « *un vrai Kebab, c'est sans frites mon ami !* » Ainsi, plus 5000 adresses de Kebab sont déjà référencées et plus sont attendues dans l'avenir. « *Le Kebab, c'est un peu comme le boulanger du quartier, tout le monde le connaît.* »

Document 3 : Evaluer la qualité

Comment savoir ce que pensent les clients ? L'idéal est de faire une enquête. Mahmut a décidé de faire faire ce travail à des stagiaires en BTS MUC du lycée à proximité du restaurant. Il aimerait évaluer différents critères. Il espère être bien noté » par les clients. De plus, il s'est inscrit sur le site « Kebab-frites.com », afin d'être officiellement noté. Il aimerait obtenir le « fameux 5 étoiles.

ACTIVITE 1 : A PARTIR DES DOCUMENTS 1 A 3 ?

1. Comment prouver la qualité des produits / services aux consommateurs ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Relevez et définissez les différents aspects de la qualité. Pour chaque aspect, relevez un outil de mesure pertinent.

Aspect / définition	Outil de mesure pertinent

3. Elaborez le questionnaire à la place des stagiaires BTS MUC.....

Document 6

	Scénario de base		Scénario 1		Scénario 2	
	Quantité Kebabs	1976	Quantité Kebabs		Quantité Kebabs	
	Quantité boissons	1317	Quantité boissons		Quantité boissons	
Récapitulatif des coûts	Unitaire	Total Mensuel	Unitaire	Total Mensuel	Unitaire	Total Mensuel
PVHT / CAHT Kebabs	4,55 €	8 990,80 €				
PVHT / CAHT Boissons	0,91 €	1 198,47 €				
Chiffre d'affaires global		10 189,27 €				
Coût d'achat des matières premières Kebabs	1,776 €	3 509,376 €				
Coût d'achat des boissons	0,40 €	526,80 €				
Couts des salaires		876,220 €				
Autres coûts		2 540,000 €		2 540,000 €		2 540,000 €
Cout de revient		7 452,396 €				
Résultats		2 736,874 €				
Taux de rentabilité		26,86%				
Taux de clients très satisfaits	70%		95%		84% (l'augmentation des prix est un frein.....)	