

i
Toutes les situations de choix s'abordent par approche analytique ou approche directe.

L'approche analytique consiste à identifier les critères de choix sous la forme d'une arborescence hiérarchique, à les pondérer deux à deux puis à évaluer chaque solution envisagée pour chaque critère. La synthèse est ensuite effectuée par un simple calcul.

L'approche directe consiste à évaluer simplement entre elles les solutions envisagées.

APPROCHE ANALYTIQUE

L'approche analytique nécessite la mise en œuvre aditionnelle d'une feuille de calcul (détails ci-dessous)

1. Détermination et pondération des critères de choix (elements + priorities)
2. Notation des solutions envisagées sur chaque critère de 5 – Excellent à 0 – Nul
3. Multiplication du poids de chaque critère par la note de chaque solution envisagée
4. Addition des résultats obtenus pour chaque solution envisagée

APPROCHE DIRECTE

L'approche directe nécessite la seule mise en œuvre de Priorizer

Détermination et pondération des seules solutions envisagées

Nota : Cette liste mixe exemples personnels et professionnels

• Choix d'une voiture

APPROCHE ANALYTIQUE

CRITERES : COUT ACHAT (0.2) – CONSOMMATION (0.2) – SECURITE (0.1) – REVENTE (0.15) – STYLE (0.35)...

SOLUTIONS : VOITURE A – VOITURE B – VOITURE C...

NOTATION VOITURE A 0.2 x note 4 = 0.8

0.2 x note 3 = 0.6

0.1 x note 4 = 0.4

0.15 x note 3 = 0.45

0.35 x note 2 = 0.7

TOTAL VOITURE A 0.8 + 0.6 + 0.4 + 0.45 + 0.7 = **2.95 / 5**

VOITURE B Même démarche

VOITURE C Même démarche

...

i

Remarque : Une information supplémentaire de distanciation vous est fournie : avec une note globale de 2.95, la voiture A se situe loin de la voiture idéale, obtenant la note 5 sur tous les critères et une note globale de 5. Ainsi, même arrivant première, elle pourrait être éliminée pour inadéquation... Ce genre d'information est particulièrement utile pour évaluer des candidats...

APPROCHE DIRECTE

VOITURE A – VOITURE B – VOITURE C...

- **Choix d'un lecteur MP4**

DISPONIBILITE – DESIGN – PERFORMANCES...

LECTEUR A – LECTEUR B – LECTEUR C...

- **Choix d'une tablette numérique**

ECRAN – POIDS – DESIGN – CAPACITES...

TABLETTE A – TABLETTE B – TABLETTE C...

- **Evaluation d'un marché : boissons**

APPROCHE DIRECTE

CAFE – THE – VIN – BIERE – SODAS – EAU...

- **Evaluation de projet**

BUDGET – PERSPECTIVES VENTES – RISQUES – COMPETITIVITE – CHANCES DE REUSSITE...

PROJET A – PROJET B – PROJET C...

- **Recrutement de candidat**

MOTIVATION – CV – FORMATION – EXPERIENCE...

CANDIDAT A – CANDIDAT B – CANDIDAT C...

- **Détermination d'une stratégie de développement**

INTERNET – COMMERCIAUX – COMMUNICATION – DIRECTION COMMERCIALE...

STRATEGIE A – STRATEGIE B – STRATEGIE C...

i

- **Motivation de vendeurs**

REMUNERATION - INCITATIFS – CONCOURS – RECOMPENSES...

VENDEUR A – VENDEUR B – VENDEUR C...

- **Pronostics d'un championnat sportif**

APPROCHE DIRECTE

EQUIPE A – EQUIPE B – EQUIPE C...

- **Pronostics d'une course hippique**

APPROCHE DIRECTE

CHEVAL A – CHEVAL B – CHEVAL C...

Remarque : lorsque plusieurs décideurs sont impliqués, la pondération des critères de choix par chacun, puis, en groupe, permet d'identifier les différences de point de vue, puis, de les faire converger par les arguments avancés lors d'un exercice de pondération en commun.