



LE DIAGRAMME D'AFFINITES : LES PRINCIPES 1/2

Experts FAVI : Catherine, David, Franck, Jean-Claude

Dans une démarche qualité, on a toujours besoin de hiérarchiser les informations pour les classer afin de mieux les exploiter (PARETO, ISHIKAWA, etc...)

Jusqu'à présent, la démarche qualité concernait des éléments matériels tangibles (nombre de défauts, taille des défauts, coût des défauts, écart type,...) bref, des données numériques.

De plus en plus, on résonne en terme de "percées" (Break down); des percées pour rompre les encerclements externes (concurrence, évolution des habitudes des clients) et internes (succès par exemple qui est le pire des ennemis comme l'habitude et la routine).

Or une percée ne peut pas réussir en respectant la logique, puisqu'alors "l'ennemi" sait que c'est là que nous allons tenter une sortie et nous y attendra.

Une percée ne peut être réussie que sur l'analyse d'éléments intuitifs, immatériels, non cartésiens.

De plus, on sait que le management de la qualité se fait par et pour les hommes. Or, les hommes ne se mesurent pas en millimètres ou en kilos, ils se mesurent en impression, en sentiment, en sensation.

Comment, alors, hiérarchiser des informations relevant de ce domaine immatériels des impressions, des sentiments et des sensations. Tel est le but du diagramme d'affinités (aussi appelé KJ du nom de son créateur KAWAKITA JIRO).

Le diagramme d'affinités est un des outils du management de la qualité. Il permet de :

- Décrire et formaliser une situation qui a besoin d'être clarifiée,
- Passer de la perception individuelle d'un problème à son expression par le groupe avec une représentation structurée.

Les informations sont reproduites sous forme de diagramme parce que :

- Le classement par affinité fait ressortir un sens commun à un groupe d'idées,
- Monter les niveaux dans l'échelle d'abstraction, permet de révéler le sens de ce qui est dit voire de ce qui n'est pas dit.

Il sert à poser un problème en laissant notre côté 'intuitif' se révéler au contraire des autres outils de la qualité qui suivent un raisonnement logique.

Ce n'est pas un outil d'analyses rigoureuses avec mesure de taux où chaque donnée entre dans une grille habituelle de classement, mais un outil qui permet d'obtenir les grandes tendances, les préférences, les préoccupations des individus.

Prenons un exemple : il existe de nombreuses matrices pour classer des "pêches" par ordre de taille, de poids, etc... Mais comment classer et hiérarchiser les types de perceptions ressenties par un groupe d'individus sur ce qu'est une pêche ou de toutes les perceptions possibles qu'un seul individu a des pêches ?

Et surtout en y intégrant le non-dit sous-jacent, qui dans le domaine de l'affectif, des sensations, est souvent plus important que l'explicite exprimé.

En effet, certaines personnes trouvent les pêches sucrées, ou très sucrées, plutôt roses comme une peau de femme, d'autres leur trouvent une peau velouté qui rappelle une peau de bébé, d'autres assimilent pêche avec soleil et vacances : "La couleur de la pêche ressemble à un coucher de soleil un soir d'hiver sur un lac enneigé" ou bien encore " La pêche a un goût d'été, de vacances. C'est le fruit du soleil".

D'autres retiennent le croquant, le goût acidulé du jus, la fraîcheur qu'elle procure. D'autres encore soulignent qu'une pêche c'est doux par la peau, moelleux ensuite par la chair et enfin dur au centre par le noyau.

D'autres

Le diagramme des affinités permettra donc de classer et de hiérarchiser toutes ces informations pour les exploiter.

Le diagramme des affinités peut se définir par un classement des informations affectives et sert à identifier des besoins invisibles.

Et pour vous qu'évoque le mot pêche ?



