

- INTRODUCTION
- LA SITUATION ACTUELLE DES PETITES ENTREPRISES
  - Les limites des méthodes comptables
  - La problématique du système d'information
  - L'anticipation de l'évolution des prix de revient
- LA METHODE POUR Y REpondre
  - La problématique à résoudre
  - Le domaine d'intervention de la méthode
  - Ses principaux outils de suivi
- LES OBJECTIFS DE LA METHODE
  - Aider à la fixation des prix de vente
  - Evaluer le coût de la valeur ajoutée apportée au client
  - Anticiper les principaux risques financiers
- LES POSTULATS DE LA METHODE
  - Ses principes de base
  - Les raisons de leur choix
  - L'intérêt de ces concepts
  - Leurs principaux inconvénients
- LA MISE EN PLACE DE LA METHODE
  - Une question avant tout de méthode
  - Les principales étapes à respecter
  - Les pièges à éviter
  - Les conditions de fonctionnement de la méthode
- L'ETUDE DE CAS TELEPHONIX
  - Le cahier des charges
  - Les principales étapes de la mise en place
  - Présentation des indicateurs de gestion utilisés
  - L'analyse des résultats obtenus
  - Le coût de la valeur ajoutée apportée aux clients
  - Le seuil de rentabilité des familles de produits
- L'ETUDE DE CAS MENUISERIE VOLTIER
  - Le cahier des charges
  - Les principales étapes de la mise en place
  - Présentation des indicateurs de gestion utilisés
  - L'analyse des résultats obtenus

- LES AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE LA METHODE

- Ses principaux avantages
- Ses inconvénients majeurs