

- Approche d'amélioration de la qualité et de la productivité – Cas de CFAO MOTORS BENIN



< Mme MEGAMO >

Le concept KAIZEN est d'origine japonaise et vise l'amélioration permanente de la qualité et de la performance. La pratique de KAIZEN a joué un rôle fondamental dans le développement industriel du Japon. Au Bénin, la société CFAO MOTORS qui est une filiale d'un groupe japonais, a intégré cette méthode dans ces pratiques quotidiennes pour une meilleure performance. A cet effet, une équipe du Magazine BENI a réalisé une interview avec Mme N'neza MEGAMO, Responsable Marketing & Excellence Opérationnelle de CFAO MOTORS, sur leur expérience de KAIZEN.

● Mme MEGAMO, veuillez présenter brièvement votre société aux lecteurs du magazine BENI

CFAO MOTORS BENIN est un concessionnaire automobile et moto, représentant agréé des marques TOYOTA, CITROEN et YAMAHA. Elle distribue aussi des camionnettes de marque HINO, des engins de chantiers JCB et des pneumatiques BRIDGESTONE-RIKEN-TECHKING. CFAO MOTORS BENIN est une filiale du groupe japonais TOYOTA TSHUSHO Corporation.

● Pouvez-vous expliquer la philosophie de la méthode KAIZEN aux lecteurs du magazine BENI?

La philosophie Kaizen consiste à apporter des petits changements au quotidien à notre environnement de travail pour améliorer le bien-être de nos clients et de nos collaborateurs, et être plus efficaces en limitant les dépenses et ressources inutiles ou évitables. C'est ce que l'on appelle la « politique des petits pas » : une succession de petites actions qui permettent sur le long terme de transformer positivement un espace, une organisation, une façon de travailler. La particularité du KAIZEN est que le changement est impulsé et animé par les collaborateurs sur le terrain.

● Quelles sont vos stratégies pour une implication réelle de votre personnel dans l'application de la méthode KAIZEN ?

Il faut surtout faire comprendre aux collaborateurs tout le bénéfice qu'ils pourront en tirer. Par exemple, dans le magasin de stockage des pièces de rechange, nous avons constaté une perte de temps et d'énergie par le personnel pour rechercher les pièces à livrer au comptoir.

La solution ? Analyser les pièces qui se vendent le plus souvent et les stocker dans l'espace le plus proche du comptoir.

Le bénéfice ? Temps d'attente réduit pour le client, moins de déplacements pour le personnel, augmentation du nombre de clients servis et du chiffre d'affaire, des clients plus satisfaits et moins de fatigue pour les collaborateurs.