

FORMATION STRATEGIE D'ACHATS

2HS

Public Visé

Acheteur, Manager, responsable ou directeur des achats récemment nommé ou souhaitant valider ses pratiques.

Durée

14.00 Heures en présentiel en présentiel
2 Jours

Pré Requis

aucun.

Parcours pédagogique

Demi-journée 1 : MODULE 1

- Repérer le périmètre de l'acheteur
- Le rôle déterminant de l'acheteur dans l'entreprise
- Définir un référentiel et segmenter le portefeuille achat
- Dégager les axes prioritaires d'action
- Identifier les parties prenantes à chaque étape
- Répondre aux besoins des clients internes
- Mieux communiquer avec les services demandeurs pour bien apprécier leurs besoins
- Quantifier et valoriser précisément les résultats attendus
- Synthétiser l'expression du besoin en le formalisant dans le cahier des charges

Demi-journée 2 : MODULE 2

- Analyser le marché fournisseur
- Reconnaître le type de marché dans lequel vous vous situez
- Comprendre comment s'exerce et se structure la concurrence
- Identifier les risques et les opportunités à chaque étape du cycle de vie des produits
- Identifier les risques et les opportunités du marché
- Sourcing et évaluation des fournisseurs
- Trouver des sources d'informations pertinentes
- Présélectionner les fournisseurs (RFI)
- Maîtriser les outils d'analyse des risques fournisseurs
- Identifier les fournisseurs à garder
- Développer les relations qui sont sources d'innovation

Demi-journée 3 : MODULE 3

- Analyse des coûts
- Analyser une structure de prix et préparer les négociations
- Indexer les variations conjoncturelles
- Identifier les différents postes de coûts
- Travailler en Coût Complet (TCO)
- Maîtriser les points clés de la gestion des approvisionnement
- Définir une stratégie achat
- Synthétiser les différentes analyses
- Identifier les approches stratégiques spécifiques aux types d'achats
- Maîtriser tous les leviers de performance

ASFO GRAND SUD - Numéro de déclaration d'activité (ne vaut pas agrément de l'état) : 76310897031

Demi-journée 4 : MODULE 4

- Assurer le suivi de la prestation fournie
- Sélectionner les indicateurs achats pertinents
- Construire un tableau de bord
- Assurer un suivi de prestation
- Evaluer la performance du fournisseur
- Evaluer les performances des transporteurs
- Préparer la négociation et contractualiser
- Etablir un contrat achat et anticiper les principaux risques liés à la relation commerciale
- Capitaliser tout au long du processus achat
- Préparer les grilles de négociation

Objectifs pédagogiques

- Diagnostiquer le portefeuille achat, analyser les demandes et répondre aux besoins des clients internes
- Analyser les risques et les opportunités sur le marché fournisseurs
- Constituer une Short List préalable à la consultation
- Etudier les structures de coût des produits et services proposés
- Maîtriser les outils nécessaires à l'élaboration d'une stratégie Achat
- Assurer le suivi des prestations fournies
- Maîtriser les outils nécessaires à l'élaboration d'une stratégie Achat
- Assurer le suivi des prestations fournies

Méthodes et moyens pédagogiques

Apports théoriques et pratiques, jeux de rôle, QCM, vidéo de présentation, supports informatique, livrets.

Qualification Intervenant(e)(s)

Formateur spécialisé dans les achats

Méthodes et modalités d'évaluation

QCM, tour de table

Modalités d'Accessibilité

Accès PMR

Effectif

De 1 à 12 Personnes