



Objectifs

Objectifs des deux journées en présentiel

- ▶ S'approprier les 5 leviers de la performance commerciale face au Service Achats
- ▶ Comprendre le système et la logique des achats (rôle, missions, méthodes, stratégie et objectifs)
- ▶ Développer des outils et attitudes pour se différencier des concurrents
- ▶ Savoir valoriser ses produits en maintenant ses marges
- ▶ Comprendre et s'adapter aux techniques de négociation des acheteurs et savoir conclure

Public concerné : Tout salarié ayant à faire face à des services achats performants dont l'objectif principal est la réduction des coûts, sur un marché fortement concurrentiel

Pré-requis : Avoir déjà été confronté à un service achat et avoir une expérience de la négociation

Durée inter et intra : 2 jours soit 14h

Tarif inter-entreprises : 1280€ ht par participant

Tarif intra-entreprise : 4000€ ht par session



Programme

1 - IMMERSION DANS LA FONCTION ACHATS et la définition de son levier n°1

- qui fait quoi, acteurs et rôle dans la fonction achats
- incidence sur la société et sa rentabilité
- appréhender l'environnement des achats
- exemples des différentes organisations des achats
- description du processus et pilotage des achats (comment est géré le flux des achats, quels sont les logiciels d'e.procurement, utilisation des enchères inversées)
- point sur les nouveaux enjeux des achats, l'actualité, les évolutions

2 - L'ACHETEUR ET SON ECOSYSTÈME et la définition de son levier n°2

- les attentes de l'acheteur
- le coût global d'acquisition
- la matrice de décision de l'acheteur face à la complexité économique du marché
- exploration des méthodes de sourcing de l'acheteur
- focus sur l'innovation et la RSE

3 - LA MESURE DE LA PERFORMANCE DE L'ACHAT et la définition de son levier n°3

- piqûre de rappel de la satisfaction du client interne
- description des indicateurs servant à mesurer l'activité des achats (KPI)
- explication de la création de valeur par la maîtrise des risques
- focus sur les conditions générales d'achats, importance des clauses contractuelles ciblées en fonction des domaines d'activité des stagiaires
- calcul du meilleur coût/qualité/délai face à la demande des achats

4 - LE PLAN DE PERFORMANCE DES FOURNISSEURS et la définition de son levier n°4

- exploitation des tableaux comparatifs des offres avec des exemples de cas réels dans les Directions des achats,
- définition des critères de sélection des offres,

- interprétation des synthèses économiques et techniques des fournisseurs
- déclinaison des axes stratégiques des achats et transposition en critères d'évaluation des fournisseurs
- la roue de l'intelligence économique de la commande publique
- focus sur les procédures d'appel d'offres
- opportunité des évolutions du nouveau code des marchés publics

5 - LA CONSTRUCTION DE SON PLAN DE NÉGOCIATION et la définition de son levier n°5

- rappel des règles dans la négociation et des comportements à adopter
- définition des stratégies réciproques d'intérêt dans la négociation
- savoir passer de la défiance à la confiance dans la négociation
- rendre pérenne la relation commerciale



Méthodes et moyens pédagogiques

▶ Avant la formation

- autoévaluation des connaissances, expression des attentes, avec fonction, secteur et profils des personnes
- validation de l'adéquation aux attentes, aux besoins et aux contextes des participants

▶ Pendant la formation de deux jours en présentiel : alternance d'apports théoriques et d'échanges de pratiques, études de cas en sous-groupes adaptées aux besoins et contextes des participants, construction de son plan d'actions individuel

▶ Après la formation, sur la plateforme en ligne : supports projetés lors de la formation, fiches techniques et des questionnaires de bonnes pratiques, recommandations pour utiliser et s'approprier les outils, bibliographie