

# STRATEGIE D'ACHATS

Code produit : 2HS / Version : v1

## FINALITE DE LA FORMATION

- Evoluer dans la fonction achat et contribuer à l'apport de valeur dans l'entreprise
- Monter en compétences et en crédibilité afin de mieux se positionner dans la relation face aux fournisseurs

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- 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
- Maitriser les outils nécessaires à l'élaboration d'une stratégie Achat
- Assurer le suivi des prestations fournies

## PUBLIC CONCERNE/EMPLOI VISE

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

## PREREQUIS

Aucun

## MODALITES

**Durée** : 14 heures / 2 jours

**Type** : Présentiel

**Méthodes et moyens pédagogiques** : Apports théoriques et pratiques, jeux de rôle, QCM, vidéo de présentation, supports informatique, livrets...

**Validation des acquis** : QCM, tour de table, observation

**Sanction de la formation** : Attestation de fin de formation, certificat de réalisation

**Profil de l'intervenant** : Formateur spécialisé dans les achats

## PROGRAMME

---

### 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 approvisionnements
- Définir une stratégie Achat
  - Synthétiser les différentes analyses
  - Identifier les approches stratégiques spécifiques aux types d'achats
  - Maîtriser tous les leviers de performance

#### **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

#### **LES + ASFO**

---

Nos responsables pédagogiques et intervenants sont des experts reconnus dans leur métier.

Certification AFNOR selon le référentiel ISO 9001.