

# CATALOGUE DE FORMATION



<b>Les Achats Responsables</b>	<b>PAGE 3</b>
<b>Construire une stratégie d'achat</b>	<b>PAGE 4</b>
<b>Démarrer dans une fonction achat</b>	<b>PAGE 5</b>
<b>Diagnostiquer les pratiques achat</b>	<b>PAGE 6</b>
<b>L'Assistant Achat</b>	<b>PAGE 7</b>
<b>Gérer ses achats à l'international</b>	<b>PAGE 8</b>
<b>Négocier avec ses fournisseurs</b>	<b>PAGE 9</b>
<b>La négociation avancée avec ses partenaires</b>	<b>PAGE 10</b>
<b>La négociation et la gestion des conflits</b>	<b>PAGE 11</b>
<b>Manager opérationnel achat</b>	<b>PAGE 12</b>
<b>Mesurer la performance achat des services</b>	<b>PAGE 13</b>
<b>Méthode avancée d'analyse achat</b>	<b>PAGE 14</b>
<b>Mettre en place un marketing achat performant</b>	<b>PAGE 15</b>
<b>Mettre en place un plan de réduction des coûts</b>	<b>PAGE 16</b>
<b>Acheteur, optimiser votre sourcing</b>	<b>PAGE 17</b>
<b>Réduire ses coûts grâce aux achats en PME</b>	<b>PAGE 18</b>



AMELIORE CONSEIL

04 67 79 49 18

[www.ameliore-conseil.fr](http://www.ameliore-conseil.fr)

N° d'organisme de formation : 76340994034



**3 jours  
de formation  
soit 21h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômés et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Comprendre l'environnement des achats responsables

Evaluer la maturité achat responsable de son entreprise

Concevoir et déployer une politique d'achat

## PUBLIC CONCERNE

Acheteurs, responsables des achats, responsables QSE.

## NIVEAU

Avoir des connaissances dans l'organisation et processus achat ou dans les fondamentaux de la conduite du changement et du leadership ou en TCO (Total Cost of Ownership : Méthode des coûts complets) ou en marketing achats.

## REQUIS

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Enjeux des achats responsables

- Définir les concepts : Responsables, durables, RSE, ...
- Les risques liés à la RSE
- La place des achats dans la démarche RSE de l'entreprise.

### Les indicateurs et les Normes Responsables

- Les normes et les labels
- Les référentiels du secteur
- Les chartes achats et fournisseurs
- Les mauvaises pratiques achats et l'éthique

### L'analyse et l'audit des pratiques

- L'audit de la fonction par les achats responsables : avant, pendant et après
- Le plan d'action en entreprise

### Mettre en œuvre une politique achats responsable

- Les 5 étapes du déploiement
- La priorisation des familles d'achats
- La communication responsable des achats

### Les Travaux Pratiques

- Réaliser un audit de la fonction achats entre participants
- Ebaucher un plan personnalisé

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur
- Bilan oral et évaluation à chaud



**4 jours  
de formation  
soit 28h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Adapter la politique achats à la politique générale d'entreprise.

Déterminer les critères d'une stratégie.

Comparer, critiquer les différentes stratégies.

Déployer et piloter la politique achat d'une entreprise.

## PUBLIC CONCERNE

Acheteur expérimentés, responsables achats, directeurs achats ou toute personne amenée à construire une stratégie achat.

## NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite de prérequis.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Identifier les différents impacts des achats

- Distinguer les enjeux financiers, de gestion fournisseurs et de développement
- Analyser les domaines d'influence

### Utiliser les outils pour expliciter la politique générale

- Analyser son entreprise grâce aux 7S
- L'approche par l'analyse concurrentielle
- L'analyse SWOT pour les achats

### Fixer les objectifs globaux d'une politique achats

- Les 4 axes de la politique achat
- Les préoccupations majeures des directions générales

### Construire sa stratégie Achats

- Créer sa feuille de route autour des 6 items
- Définir sa stratégie par familles d'achat
- Utiliser la matrice de Kraljic

### Les tableaux de bords achats

- Créer ses tableaux de bords pertinents
- Le retour du client interne

### Exemples de travaux pratiques

- Déterminer ses enjeux internes pour identifier ses domaines d'influence
- Expliciter la politique générale de son entreprise
- Utilisation de jeu de stratégie
- Construire son tableau de bord achats

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



3 jours  
de formation  
soit 21h



évaluation  
qualitative  
fin de stage



formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel



40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Comprendre la stratégie générale de l'entreprise et contribuer à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique achats.

Identifier, sélectionner, évaluer les fournisseurs et justifier votre choix.

Décomposer un prix d'achat.

Travailler plus efficacement avec vos clients internes.

Utiliser les outils d'aide à la décision et assurer la traçabilité de vos choix.

Négocier de façon efficace.

## PUBLIC CONCERNE

Toute personne ayant la responsabilité des achats et désireuse d'améliorer rapidement son efficacité dans ce poste.

## NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite de prérequis.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### L'importance des achats dans l'entreprise

- Les grands enjeux de la fonction achat
- Les performances achats : les impacts
- Les fondements des contrats juridiques et financiers

### Le processus achat

- Les grands objectifs du plan : mettre les achats au centre du process
- Identifier les leviers achats

### Cartographie ses achats

- Les quatre composantes des gains : saving, évités, annexes et autres
- Les principes de mesure d'économies achats

### Les enjeux

- Définir le projet et le cadre du plan Définir sa stratégie par familles d'achat
- Mesurer le potentiel d'économies
- Mettre en place le pilotage : PDCA
- Assurer la continuité du plan

### L'analyse des risques et le marketing achats

- Réaliser une mesure des impacts de l'application des choix stratégiques sur les achats
- Création du tableau de bord d'un plan de réduction de coût
- Identifier les parties prenantes d'un plan de réduction de coût et décliner un plan de communication adapté

### L'information

- Les sources d'information

### La technique de l'analyse d'un prix

- La structure d'un prix
- Les différents types de prix
- La conception à coût objectif
- Amener un vendeur à décomposer son prix

### Choix, évaluation et sélection du fournisseur

- Mettre en place une politique achats
- La préparation de l'achat
- La méthode de consultation
- Le tableau de recueil de données et les principes d'évaluation
- L'audit fournisseur
- Les capacités du fournisseur
- Les moyens du fournisseur
- Les critères de sélection

### Initiation à la négociation

- Négocier c'est communiquer
- Savoir-être
- Les techniques relationnelles
- Les techniques et tactiques d'achats
- La fixation des objectifs
- La stratégie de négociation
- L'argumentaire de l'acheteur
- Savoir réfuter l'objection
- Relancer et conduire un entretien efficace

### Le contrat d'achats

- Les points-clés d'un contrat d'achats

### Les outils de pilotage d'un service achats

- Le principe du tableau de bord des achats
- Le tableau de bord des achats industriels

### Exemple de travaux Pratiques

- Redéfinition du besoin avec un client interne
- Préparation de la négociation avec un fournisseur (mise en situation)
- Décomposer un prix
- Définir les critères de sélection d'un fournisseur
- Cartographier ses achats sur la matrice de Kraljic
- Définir son calendrier d'action

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



**2 jours  
de formation  
soit 14h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Mener un auto-diagnostic des pratiques achats de votre entreprise.

Ajuster votre stratégie et plan d'action en fonction de vos objectifs et de l'existant.

## PUBLIC CONCERNE

Acheteur, Responsable achats, Managers achats.

## NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.  
Un usage régulier d'Excel est toutefois fortement recommandé.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation

### Méthodologie générale

- Intérêt de l'auto-diagnostic achat

### Cartographier les dépenses

- Réaliser une analyse complète de l'ensemble des achats (taux de couverture achats et taux de couverture contractuels)

### Cartographier les ressources

- Mener une évaluation des compétences et performances des ressources achats

### Cartographier les pratiques

- Avoir connaissances des difficultés fréquemment rencontrées

### Cartographier les risques

- Identifier les risques fournisseurs

### Conclusion du diagnostic

- Présenter ses résultats
- Intégrer les bonnes pratique et le benchmark

### Exemples de cas pratiques

- Exploitation de données brutes pour cartographier les dépenses
- Définir et soutenir un plan d'action

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème



2 jours  
de formation  
soit 14h



évaluation  
qualitative  
fin de stage



formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel



40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Acquérir et développer une vision globale de la fonction achat.

Accéder aux outils de la fonction achats.

Comprendre le processus achat et ses interactions avec les autres processus.

Positionner les rôles et responsabilités des achats.

Identifier les axes de collaboration, d'efficacité et de valeur ajoutée pour l'entreprise.

## PUBLIC CONCERNE

Assistants achats, techniciens achats, secrétaires de direction achats.

## NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Place des achats dans son organisation au sein de l'entreprise

- Le processus achat : étapes et déroulement
- Les enjeux de la fonction

### Les différents rôles et responsabilités en fonction de l'activité et de la taille de l'entreprise

- Les assistants et techniciens achats
- Les objectifs des acheteurs et responsables achats
- Les attentes transversales des autres fonctions de l'entreprise
- Les plans d'actions

### Service support et conseil

- En interne : information et communication
- En externe : relations avec les fournisseurs

### Le circuit administratif

- Traitement des différentes demandes d'achats
- Traitement des régularisations d'achats
- Mettre en place le pilotage : PDCA
- Assurer la continuité du plan

### Les outils informatiques

- Les différents logiciels
- Les tableaux de bord et leurs indicateurs

### Exemple de travaux pratiques

- Formalisation d'un processus achat sur une famille dans l'entreprise du participant
- Préparer une réunion de suivi avec un fournisseur (construire une trame de présentation)
- Effectuer une recherche de fournisseurs en rapport présentation avec un besoin identifié

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



2 jours  
de formation  
soit 14h



évaluation  
qualitative  
fin de stage



formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel



40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques

### A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant - formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

### A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Maîtriser les mécanismes liés à l'importation (sourcing, douane, transport, transferts de risques).

Gérer les risques fournisseurs à l'international (contractualisation des achats à l'international).

### PUBLIC CONCERNE

Acheteurs, approvisionneurs ou toute personne assumant l'approvisionnement de sites délocalisés ou gérant des opérations d'achat à l'international.

### NIVEAU REQUIS

Connaissances dans les fondamentaux de la démarche achat.

### LES + DE LA FORMATION

Option complémentaire disponible : vous avez la possibilité de vous performer en anglais grâce à une formation individuelle par téléphone ou webcam (séance de 30 minutes ou 1 heure) avec un accès illimité à la plateforme de travail autonome MyCoaching et le passage de la certification LEVELTEL (code Certif Info : 94027).

Tarif : 620 €

### PROGRAMME

#### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

#### L'importance des achats dans l'entreprise

- Les enjeux stratégiques
- Les enjeux financiers
- L'intérêt du global sourcing

#### Identifier son marché achat à l'international

- Evaluer les risques et opportunités pays
- Identifier les risques et opportunités liés au fournisseur
- Optimiser l'expression du besoin tenant compte de l'environnement culturel

#### Optimiser la logistique internationale

- Les règles de gestion des incoterms
- Identifier les acteurs de la chaîne logistique
- Le choix du mode de transport
- Sécuriser les risques logistiques

#### Maîtriser les fondamentaux du droit international

- Le cadre juridique des échanges internationaux
- Les différentes catégories de droit et les conventions internationales
- Les clauses d'un contrat international
- La protection des données et des propriétés intellectuelles

#### Comprendre les fondamentaux du dédouanement

- La mission de l'administration des douanes
- La nomenclature douanière
- Quelles sont la valeur et l'origine en douane ?

#### Identifier les différents modes de paiements à l'international

- Les principaux modes de paiements sécurisés
- La documentation associée
- Le choix du mode de paiement tenant compte des avantages et inconvénients

#### Les risques et coûts

- Quelles familles et quels articles internationalisés ?
- Analyser le coût d'acquisition global
- Pérenniser sa démarche achat à l'international

#### Module optionnel – ECS-DCACH-INT : formation en anglais et passage de la certification LEVELTEL (10h)

##### Compétences abordées :

- Buying
- Succeeding in negotiations
- Participating actively in confcalls
- Writing documents clearly
- Building and supporting arguments
- Giving more impact to your message
- Convincing others
- Formation individuelle par téléphone ou webcam organisée par séance de 30 minutes ou 1 heure
- Accès illimité à la plateforme de travail autonome MyCoaching
- Certification LEVELTEL incluse, inscrite au Répertoire Spécifique et reconnue par le SYNTEC Conseil en Recrutement

#### Exemple de travaux pratiques

- Définir un circuit de transport pour des achats stratégiques ou critiques. Identifier les risques liés à ce schéma et imaginer une solution de secours.
- Evaluation du coûts internes liés à un achat international
- Exercice d'arbitrage du périmètre éligible à l'internationalisation
- Evaluation du risque

#### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



2 jours  
de formation  
soit 14h



évaluation  
qualitative  
fin de stage



formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel



40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Préparer de manière adaptée vos négociations complexes.

Gérer des litiges fournisseurs.

Assurer une médiation entre les parties prenantes.

## PUBLIC CONCERNE

Responsables achats, acheteurs expérimentés ou toute personne amenée à négocier avec des fournisseurs, notamment sur des sujets stratégiques ou complexes.

## NIVEAU REQUIS

Connaitre les fondamentaux de la négociation.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Les situations complexes

- Monopole, dépendance, innovation, internationale, volume de données, clients internes, etc.

### Evaluation de la situation initiale

- Analyse de la situation
- Evaluation du rapport de force
- Identification des opportunités / menaces
- Les outils pour bien préparer sa négociation

### Le périmètre de la négociation

- L'approche Coût complet
- Coût – qualité – délai – service – savoir-faire
- Savoir identifier les éléments négociables selon les situations

### Recherche d'information

- Rechercher les sources d'informations disponibles
- Exploiter ces informations
- Cartographier les rôles et prérogatives des différents interlocuteurs

### Stratégie

- Définition ses objectifs
- Elaboration de la stratégie
- Estimer les objectifs et la stratégie de la partie adverses

### Transparence

- Rapport à la notion de transparence pendant toute la durée de la relation entre les parties

### Manipulation

- Connaitre et repérer les techniques
- S'en prémunir

### La négociation

- Début et fin du processus
- Les espaces de négociations
- Le positionnement de l'acheteur
- Rappel des principes et des principales techniques et outils dans des contextes complexes
- Les pièges à éviter

### L'accord

- Compromis, concession, donnant-donnant, win-win, etc.
- Aboutir à un accord

### Mettre en place un partenariat

- Définition
- Attentes des parties
- Construire le partenariat
- Pérenniser la relation
- Engagements des parties (échange d'information, SLA, etc.)

### Retour d'expérience

- Amélioration continue de sa gestion des négociations
- Evaluation des résultats des négociation
- Identification des points d'améliorations et des clés de succès

### Exemple de travaux pratiques

- Jeu de rôle, mise en situation

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Bilan oral et évaluation à chaud



2 jours  
de formation  
soit 14h



évaluation  
qualitative  
fin de stage



formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel



40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques

### A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômés et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

### A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Confronter différentes approches et méthodes de négociation.

Préparer de façon utile chaque négociation et en comprendre l'importance.

Diagnostiquer votre propre style de négociation et l'adapter lors des étapes.

Discerner le mode de communication de votre interlocuteur afin de créer une situation favorable à la négociation.

### PUBLIC CONCERNE

Directeur achat, responsables achats, acheteurs ou toute personne amenée à négocier avec un fournisseur.

### NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

### PROGRAMME

#### Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Etat des lieux des connaissances de chacun
- Présentation de la formation

#### La place des achats dans l'entreprise

- La mission des achats
- Les enjeux
- Le processus achat
- Le contrat
- Les approvisionnements

#### Se connaître et communiquer

- Principes de communication
- Evaluer son « propre style » / son attitude en situation de négociation

#### Connaître les techniques de « l'adversaire » et se les approprier

- Revue et analyse des techniques des commerciaux
- Identifier son style de négociation

#### Le périmètre de la négociation

- Le prix vs le coût – approche TCO
- Coût-qualité-délai
- Le service
- Les engagements

#### Préparer sa négociation

- Evaluer le rapport de force
- Analyser les offres
- Définir ses objectifs et sa stratégie
- Les outils pour bien préparer sa négociation

#### Négocier

- Savoir-être
- Mener l'entretien
- Fixer le cadre de la négociation
- L'écoute / les relances / les silences / reformulation
- Répondre aux objections
- Le climat de la négociation
- Evaluer son interlocuteur
- Relever les phases sensibles – éviter la rupture
- Les pièges à éviter

#### Conclure la négociation

- La rédaction d'un compte rendu de négociation
- Les points importants à noter
- Ce que l'on a obtenu
- Ce que l'on n'a pas obtenu et pourquoi ?

#### Exemple de travaux pratiques

- Atelier jeu de rôle : Mise en situation de négociation
- Atelier : adapter sa stratégie de négociation
- Supposer les objectifs de la partie adverses

#### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Bilan oral et évaluation à chaud



AMELIORE CONSEIL

04 67 79 49 18

www.ameliore-conseil.fr

N° d'organisme de formation : 76340994034



**3 jours  
de formation  
soit 21h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Mener un auto-diagnostic des pratiques achats de votre entreprise.

Ajuster votre stratégie et plan d'action en fonction de vos objectifs et de l'existant.

## PUBLIC CONCERNE

Acheteur, Responsable achats, Managers achats.

## NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.  
Un usage régulier d'Excel est toutefois fortement recommandé.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Méthodologie générale

- Intérêt de l'auto-diagnostic achat
- Cadrer le périmètre de l'étude

### Cartographier les dépenses

- Réaliser une analyse complète de l'ensemble des achats (taux de couverture achats, taux de couverture contractuels)
- Maîtriser la méthodologie de traitement de données via Excel (et formules Excel nécessaires à l'exercice)

### Cartographier les ressources

- Mener une évaluation des compétences et performances des ressources achats

### Cartographier les pratiques

- Avoir connaissances des difficultés fréquemment rencontrées
- Apprendre les méthodes et techniques d'entretien

### Cartographier les risques

- Identifier les risques fournisseurs
- Evaluer son exposition aux risques

### Conclusion du diagnostic

- Présenter ses résultats
- Intégrer les bonnes pratiques et le benchmark
- Exploiter les informations
- Proposer un plan d'action adapté

### Exemples de cas pratiques

- Exploitation de données brutes pour cartographier les dépenses
- Définir et soutenir un plan d'action
- Evaluation des avantages/inconvénients d'externaliser la gestion de certains achats

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



**2 jours  
de formation  
soit 14h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Mettre en place ou adapter une nouvelle organisation achat.

Piloter les résultats de votre service achats.

Motiver tous les acteurs de la fonction dans la mise en œuvre des outils achats.

Vous engagez vers des achats responsables.

## PUBLIC CONCERNE

Managers achats, Responsable achats

## NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Mettre en place son organisation achats

- Analyser son portefeuille achat
- Définir sa stratégie achat – prioriser les sujets
- Analyser les gains achats et mesurer les résultats
- Intégrer les nouveaux défis de la fonction achat
- Travailler avec des consultants : évaluer la pertinence d'un support externe

### Manager ses ressources

- Gérer le plan de charge des équipes
- Les différents styles de management
- Les compétences achats
- Savoir manager : écouter, responsabiliser, motiver, faire progresser, savoir déléguer, protéger ses équipes.
- Gérer des relations hiérarchiques et fonctionnelles
- Mettre en place et entretenir des relations durables
- Conseiller et soutenir efficacement un acheteur
- Gérer les situations difficiles
- Fixer des règles d'éthiques
- Communiquer / collaborer avec les autres directions de l'entreprise

### Manager la relation fournisseur

- Mener une évaluation des compétences et performances des ressources achats
- Gestion du risque fournisseur
- Les contrats et les risques juridiques
- Susciter l'innovation
- Le développement fournisseur
- Accompagner les fournisseurs (les critères : qualité, coûts, délais, service)
- La charte achats

### Exemples de cas pratiques

- Jeu de rôle : différentes mises en situation de « crise » ou en « situation délicate »
- Evaluation des avantages/inconvénients d'externaliser la gestion de certains achats

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



**2 jours  
de formation  
soit 14h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

### A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

### A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Comprendre l'intérêt de la mesure de la performance achats.

Aider au pilotage de la fonction achats.

Mettre en place un tableau de bord achats et les indicateurs importants permettant de connaître l'efficacité du service achats.

### PUBLIC CONCERNE

Responsables achats, acheteurs confirmés.

### NIVEAU REQUIS

Être un acheteur confirmé.

### PROGRAMME

#### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

#### Mesurer la performance achats

- Définition
- L'état des lieux
- Les bonnes pratiques

#### Dès l'expression du besoin

- Rôle de l'acheteur dans l'expression du besoin
- Les familles, catégories et segments
- Etude du portefeuille de l'acheteur

#### La politique achats et ses objectifs

- Politique entreprise et politique achats
- Les objectifs communs et individuels
- Les stratégies achats
- Les tactiques

#### Les indicateurs

- Définition
- Objectifs

#### La maturité des fonctions achats

- Les critères historiques de la performance achats
- Les nouveaux critères

#### Les outils de mesure

- La satisfaction du client interne
- La performance de l'acheteur
- La relation fournisseur

#### Les plans d'actions

- Définition
- La roue de DEMING
- Le pilotage des actions
- Le suivi

#### Les travaux pratiques

- Traduire et expliciter sa politique d'achats
- Définir la maturité de son service achats
- Le pilotage des actions
- Le suivi

#### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Déterminer les indicateurs adaptés à son activité



**2 jours  
de formation  
soit 14h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Disposer des outils méthodologiques pour procéder à des analyses complexes.

Gagner en aisance générale sur l'outil Excel et enrichir vos méthodes d'analyses actuelles.

Anticiper les besoins d'analyse et prévoir les documents de consultation.

Créer et/ou nettoyer des bases de données pour les rendre exploitables.

## PUBLIC CONCERNE

Acheteur, Responsable achat ou toute personne amenée à faire des analyses sur de bases de données Excel.

## NIVEAU REQUIS

Maitriser les bases d'Excel.

Être muni d'un ordinateur portable avec le logiciel Excel.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Méthodologie et outils sur Excel indispensable

- Méthodologie et conseil généraux
- Formulaire pour la création et nettoyage de bases de données exploitables (gauche, droite, recherche, stxt, etc.)
- Tableau Croisée Dynamique
- Recherche V basique et avec des variables
- Formules conditionnelles
- Filtres matriciels

### Préparer son analyse future

- Prévoir et construire sa base de données en fonction des indicateurs attendus
- Décomposition les coûts
- Considérer les différents modèles commerciaux
- Identifier les enjeux
- Définir des scénarii
- Adapter les documents de consultation

### Construire sa synthèse et ses instruments de pilotage

- Tableaux de synthèse
- Choix des indicateurs
- Mises en forme conditionnelle
- Construire des tableaux de bord

### Exemples de cas pratiques

- Atelier de Création de la base de données
- Atelier Définition de la méthode d'analyse
- Atelier Préparation des négociations
- Et/ou cas pratique proposé par les participants

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



AMELIORE CONSEIL  
04 67 79 49 18  
www.ameliore-conseil.fr

N° d'organisme de formation : 76340994034



**2 jours  
de formation  
soit 14h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

### A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

### A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Analyser les marchés fournisseurs et structurer les informations de marché.

Comprendre le lien entre besoin, l'offre marché et stratégie segment.

### PUBLIC CONCERNE

Responsables achats, acheteurs familles, acheteurs.

### NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Le marketing achats

- Définition du concept de marketing
- Le positionnement dans le processus achat

### Dès l'expression du besoin

- Rôle de l'acheteur dans l'expression du besoin
- Les familles, catégories et segments
- Etude du portefeuille de l'acheteur

### Identifier la stratégie et la politique achats

- Bien comprendre la politique d'entreprise, politique et stratégie achat

### Analyse

- Gestion de la priorisation
- Analyse ABC
- Classifier sur plusieurs niveaux

### Etude de marché fournisseurs

- Comment analyser un marché
- Matrice de Porter et l'étude de marché achats
- Les différentes offres et le rôle de la concurrence
- Cycles de vie des marchés et produits
- Analyse de portefeuille
- Identifier les plans d'actions en fonction des opportunités et menaces du marché

### Sources d'informations

- Informations utiles / moyens pour connaître le marché
- Connaître les ressources disponibles par Internet

### Les Travaux Pratiques

- Réalisation d'une étude fournisseurs sur une marché commun aux participants

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Déterminer les indicateurs adaptés à son activité



**3 jours  
de formation  
soit 21h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

## A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

## A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Identifier les impacts économiques de la fonction achats.

Bâtir un plan de réduction de coût en entreprise.

Mettre en œuvre un plan et réaliser son suivi.

## PUBLIC CONCERNE

Direction achats et Responsables des achats.

## NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite de prérequis.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Les impacts des achats sur la finance

- Les grands enjeux de la fonction achat
- Les performances achats : les impacts
- Les fondements des contrats juridiques et financiers

### Bâtir un plan de réduction de coût

- Les grands objectifs du plan : mettre les achats au centre du process-
- Identifier les leviers achats

### Le pilotage du plan

- Les quatre composantes des gains : saving, évités, annexes et autres.
- Les principes de mesure d'économies achats

### La mise en œuvre et l'intégration d'un plan de réduction de cout dans l'organisation

- Définir le projet et le cadre du plan
- Définir sa stratégie par familles d'achat
- Mesurer le potentiel d'économies
- Mettre en place le pilotage : PDCA
- Assurer la continuité du plan

### Les Travaux Pratiques

- Réaliser une mesure des impacts de l'application des choix stratégiques sur les achats
- Création du tableau de bord d'un plan de réduction de coût
- Identifier les parties prenantes d'un plan de réduction de coût et décliner un plan de communication adapté

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



3 jours  
de formation  
soit 21h



évaluation  
qualitative  
fin de stage



formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel



40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques

### A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

### A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Réaliser une analyse de marché fournisseur.

Lancer un sourcing et créer un panel.

Identifier les sources d'informations physiques et digitales.

Réaliser un audit physique du fournisseur.

### PUBLIC CONCERNE

Assistant(e)s achats, acheteurs(euses), responsables de projets.

### NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

## PROGRAMME

#### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

#### L'analyse du marché fournisseur

- Le marketing des achats
- La matrice de concentration
- Les stratégies de Porter
- Le cycle de vie des marchés
- Obtenir une synthèse du marché fournisseur

#### Le sourcing et l'évaluation fournisseur

- Request For Information (RFI)
- La chaîne de valeur
- La cartographie et la matricer d'attractivité.
- Les risques fournisseurs
- L'analyse de la santé financière d'une entreprise

#### Les sources et outils

- Identifier les sources et prestations
- E-sourcing, e-procurement, P2P, ...
- Les réseaux, salons et lieux physiques de sourcing

#### L'audit physique du panel fournisseur

- Les indicateurs et vérifications
- La construction de la grille d'analyse
- Les objectifs du contrôle physique

#### Les travaux pratiques

- Réalisation d'une étude de marché fournisseur
- Travail sur l'intérêt de la fiche RFI

#### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



AMELIORE CONSEIL  
04 67 79 49 18

www.ameliore-conseil.fr

N° d'organisme de formation : 76340994034



**3 jours  
de formation  
soit 21h**



**évaluation  
qualitative  
fin de stage**



**formation  
délivrée en  
présentiel  
ou  
distanciel**



**40% Technique  
60% Ateliers  
pratiques**

### A PROPOS DE CETTE FORMATION

Elle est animée par un consultant -formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et dont l'expérience est reconnue.

Elle bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

### A L'ISSUE DE CE STAGE VOUS SERREZ CAPABLE DE

Réaliser un diagnostic ses achats.

Identifier les familles d'achats et les segments stratégiques.

Définir les besoins dans son entreprise.

Cartographier les risques achats et réaliser un plan d'actions.

Mettre en place un plan de réduction de coût.

### PUBLIC CONCERNE

Assistant(e)s achats, acheteurs(euses), responsables de projets.

### NIVEAU REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

## PROGRAMME

### Introduction

- Perception du sujet par les participants
- Enjeux et sens de la formation
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Atelier-échange sur le thème

### Définir ce périmètre des achats

- L'importance des achats dans l'entité
- Définir les approvisionnements et les achats
- Les différentes organisations achats

### Réaliser un diagnostic de ses achats

- Identifier les familles à travers la comptabilité et sources spécifiques.
- Comprendre et mettre en place un TCO
- La synthèse de l'activité achats
- Définir les risques et enjeux par famille

### Définir un besoin par la fonction

- Utiliser la matrice du besoin ACDE
- Synthétiser le besoin d'achat
- Comprendre le marché fournisseur

### Le plan d'action

- Construire une stratégie fournisseur
- Etablir un plan d'action en fonction des risques par famille
- Négocier avec ses fournisseurs dans un contexte de réduction de coûts
- Etablir ses leviers de négociations
- Fixer les indicateurs de suivi
- Communiquer son plan d'action

### Exemple de travaux pratiques

- Réaliser une analyse sur la base d'un grand livre fournisseur
- Réaliser une segmentation fournisseur
- Identifier les leviers de négociation en préparation d'entretien

### Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Déterminer les indicateurs adaptés à son activité