



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