

## **1. OBJECTIFS**

L'objectif est de diminuer et maîtriser les risques liés à la pratique des achats en apportant aux responsables achats et aux acheteurs des entreprises industrielles, les compétences essentielles aux bonnes pratiques professionnelles de l'achat.

Cette formation est centrée sur les problématiques du quotidien, en apportant aux participants les moyens de les placer dans un contexte global de l'entreprise.

Aider les participants à acquérir ou à perfectionner les méthodes et les outils opérationnels achats.

## **2. INFORMATIONS GENERALES**

### **Public :**

Responsables achats, acheteurs personnes réalisant des actes d'achats occasionnels.

### **Pré-requis:**

Expérience dans les fonctions liées aux achats.

### **Nombre de participants :**

En groupe de 8 personnes maximum.

### **Durée :**

De 3 journées

## **3. METHODE PEDAGOGIQUE**

Cette formation alterne apports théoriques, des exemples et des études de cas afin de permettre aux participants de mettre rapidement en pratique les concepts et les outils enseignés.

## **4. SUPPORTS**

Support papier & numérisé reprenant les éléments présentés lors des sessions formelles en salle.

## **5. PROGRAMME**

### **J1 : environnement des achats**

#### **Perception de l'environnement interne et externe du service achats**

Première journée dédiée à la mise en perspective des activités quotidiennes dans l'entreprise avec la prise en compte des forces internes et externes de l'environnement.

Mise en perspective du rôle de facilitateur et d'interlocuteur privilégié de l'entreprise vis-à-vis de l'extérieur du service achats.

#### **-Environnement interne**

Organisation, les interactions avec les autres fonctions et services de l'entreprise

- Rôle des achats dans la conception, relation à la R&D (aide, veille, techniques, ... )
- Assistance aux services commerciaux, argumentation technico-économique
- Production et approvisionnements
- Qualité de la supply chain
- Finance et contrôle de gestion, composantes des prix, structure de coûts, arbitrages "make or buy"

#### **- Environnement externe**

##### ***Les marchés à l'achat***

Marketing achats, environnement économique

Les concurrents directs, identifier :

- Les clients
- Les concurrents à l'achat
- Les fournisseurs, sous traitants et partenaires
- Les produits de substitution

Innovations et technologie

Analyse organisationnelle

##### ***Préparation pour la journée suivante.***

Chaque participant, pour la seconde journée, devra faire une cartographie représentant son environnement achat spécifique.

## J2 les outils de l'acheteur

### **Construire et consolider le professionnalisme de l'acheteur**

Les Sur la base de l'étude des besoins de l'entreprise en matière d'achats (J1),

- Reprise des points importants de la première journée
- Présentation synthétique des études menées par chacun des participants
- Retour sur les difficultés rencontrées

Présentation des outils nécessaires à la mise en œuvre d'une action achat opérationnelle et rapidement applicable.

#### **Les outils d'analyse**

Pouvoir connaître son environnement achats, établir les constats pour mieux anticiper et améliorer la prospective.

Paréto, Abc,  
Familles d'achats  
Fiches fournisseurs  
Matrices des achats  
Gestion des cycles de vie  
Approche analytique  
Plan d'action achats, PDCA

#### **Les outils opérationnels**

Etre l'acteur de sa démarche achat.

Gestion de la relation fournisseur  
Processus de consultation  
Préparation des entretiens et des réunions  
Techniques de négociations  
Postures de l'acheteur  
Gestion du temps et des priorités  
Notion de risque à l'achat.

#### **Préparation pour la journée suivante.**

Chaque participant, pour la troisième journée, devra préparer un plan d'action achats en tenant compte de son environnement spécifique. Ce plan devra être l'occasion de mettre en œuvre au moins trois outils présentés.

## J3 Les achats sur le terrain

### **Actions et postures opérationnelles pour des résultats rapides et mesurables**

- Reprise des points importants de la seconde journée
- Présentation des plans d'action achats élaborés par chacun des participants
- Retour sur les difficultés rencontrées

Cette séquence de la formation est l'occasion d'aborder des points spécifiques tels que:

- Les impacts des variations des cours et des prix des matières premières.
- La prise en considération des aspects logistiques dans la maîtrise des couts d'achats;
- Les autres "accessoires" de la nomenclature achat
- Identifier les leviers de négociation

#### **Les achats dans les processus de l'entreprise**

- Comment s'inscrire dans un processus d'amélioration continue
- Intégration dans un processus de gestion de projet
- Cas des avants projets (phase acquisition)

#### **Mener les audits**

- Visite des fournisseurs potentiels
- Audit financiers
- Audit processus

La mesure objective de la performance d'un service achats

#### **Conclusion et évaluation de la formation**

A la fin de ces trois jours les participants doivent avoir acquis les outils et les méthodes qui permettent de mettre en place efficacement une organisation et une politique des achats efficace.