

Programme pour le séminaire "Rendez vos achats plus performants"

1. Objectifs

Après la formation, les participants sauront:

- Evaluer différentes méthodes d'analyse des performances Achats et leurs dérives usuelles
- Reconnaître les organisations des départements Achats adaptées à la taille des entreprises et à leurs stratégies
- Identifier leurs interlocuteurs prioritaires et cibler les messages à leur transmettre (fond et forme)
- Analyser diverses opportunités d'amélioration de leurs performances par le biais d'outils de marketing et de processus Achats adéquats
- Fixer les priorités d'un service Achat

2. Population visée

Cette formation est adressée particulièrement aux:

- Directeurs des services Achats
- Directeurs généraux et de Business Units
- Acheteurs Senior
- Responsables Achats au sein de services extérieurs (finances, production...)

De 10 à 12 personnes maximum, ayant déjà une expérience Achats et amenés à gérer une équipe d'acheteurs.

Un mélange d'acheteurs et de leurs responsables hiérarchiques peut être très bénéfique au démarrage d'un programme de travail commun sur l'analyse et l'évaluation des performances Achats au sein de leur entreprise.

3. Méthode utilisée

- Des exposés pédagogiques reflétant des situations usuelles et poussant les participants à la réflexion sur des opportunités d'évolution au sein de leur entreprise. Ces exposés feront appel –en temps réel- aux expériences qu'ils auront vécues, ceci dans un souci d'interactivité optimale.
- Des exercices de brainstorming et de travaux individuels visant à transposer les éléments didactiques en concepts concrets adaptés à leur entreprise.

4. Mesure d'efficacité

Après chaque module, chaque participant sera invité à mettre en évidence l'application concrète qu'il prévoit d'en faire, en décrivant de façon pratique et circonstanciée le contexte et la date de cette première application¹.

Au delà de cette détermination individuelle, c'est l'efficacité opérationnelle, et la qualité d'insertion interne et externe de l'agent, qui mesureront l'efficacité du stage.

5. Programme :

- a) Comment se définit et se mesure la performance ?
 - Exemples d'indicateurs de performance
 - Les liens avec les objectifs stratégiques de l'entreprise
 - La déclinaison des objectifs aux Achats
 - La mise en oeuvre et le suivi des performances
- b) L'organisation d'un département des Achats
 - Quelques types d'organisation
 - De qui doivent dépendre les acheteurs ? : Avantages/ Inconvénients
 - Centralisation ou décentralisation des Achats ? : Points forts/ points faibles de chaque situation
 - Les compétences requises des acheteurs actuels
- c) La communication aux Achats :
 - Les interlocuteurs internes
 - Les interlocuteurs externes
 - Le choix des mots, de la forme
 - Les écueils de la communication
- d) L'amélioration des processus Achats
 - Eléments de marketing Achats
 - Segmentation des produits
 - Segmentation des fournisseurs
 - Analyse de criticité des produits
 - Analyse de complexité des marchés
 - L'établissement du cahier des charges
 - Quelques thèmes
 - Faire ou faire-faire ?
 - Le juste-à-temps
 - L'utilisation des technologies Internet : Opportunités et risques
- e) Comment fixer les priorités d'un service Achats ?
 - Au départ de la vision de l'entreprise
 - Au départ des leviers Achats
 - Au départ des opérations Achats

¹ Ce qui n'est pas mis en application dans la semaine qui suit a de fortes chances de rejoindre le cortège des idées générales.

6. Documentation

Une copie papier des transparents présentés sera mise à disposition de chaque participant à l'issue de la formation