

Programme pour le séminaire «Sensibilisation au métier des achats »

1. Objectifs

Donner les éléments et les outils aux acheteurs permettant :

- de prendre conscience de l'impact croissant des achats dans la vie des entreprises
- de discerner les particularités des différentes catégories d'achats et d'adapter les stratégies d'achat en conséquence
- d'effectuer des analyses de marché
- de prendre connaissance de leurs différents interlocuteurs internes et des messages à leur faire parvenir ou à recevoir
- de mettre en oeuvre une politique de sélection et de suivi des fournisseurs
- de connaître quelques pratiques du « bon achat »
- d'adapter leur comportement aux exigences évolutives du métier d'acheteur

2. Population visée :

Toute personne amenée à effectuer un acte d'achat au sein de son entreprise.

Catégories d'achat :

- Matières premières (BOM)
- Biens et services
- Sous-traitances internes ou externes, de produits ou services
- Investissements
- Consommables
- Energie
- Propriété intellectuelle
- Telecom
- Communication
- Informatique
- ...

Un mixage de niveaux hiérarchiques et de domaines de travail constitue un enrichissement pour le groupe de travail

3. Méthode pédagogique :

- Mixte : Exposés didactiques, et discussions des cas empruntés à la vie quotidienne des participants.
- L'interactivité sera privilégiée. La présence de participants ayant déjà quelques années d'expérience dans la fonction d'achat est un avantage pour le bon déroulement du séminaire

4. **Durée et Horaires :**

- Le programme est prévu pour 2 à 3 journées.
- On concentrera en début de journée les parties didactiques demandant une forte concentration.
- Journées de 8Hr entrecoupées de 2 pauses café (1/4Hr) et d'une pause repas (3/4Hr à 1Hr)

5. **Documentation :**

L'animateur mettra gratuitement à disposition de l'entreprise cliente les fichiers électroniques utilisés durant le séminaire.

Alternativement, la mise à disposition de la documentation sous forme écrite et au lieu du séminaire peut se faire moyennant un coût forfaitaire supplémentaire à déterminer.

6. **Programme**

- La fonction Achat en entreprise aujourd'hui
 - Le poids des achats
 - La part achetée / la part sous-traitée
 - L'érosion des valeurs ajoutées
 - Pourquoi investir sur les moyens d'achats ?
- Les types d'achats
 - Matières premières (BOM)
 - Biens et services
 - Sous-traitance
 - Investissements
 - Pièces de rechange
 - Consommables
 - Energie
 - Propriété intellectuelle
 - Telecom
 - Communication
 - Informatique
 - ...

Exercice : identification par chaque acheteur spécialisé

- des spécificités de sa famille d'achats
- des caractéristiques du processus d'achat qui concerne sa famille
- Le processus Achat
 - La saisie du besoin
 - L'établissement du cahier des charges
 - Les appels d'offre et les consultations
 - La négociation
 - La contractualisation
 - Le suivi et les contrôles
- Les instruments du marketing Achat
 - La courbe de Pareto (produit/ fournisseur)
 - La matrice des risques
 - La courbe de vie d'un produit
 - La matrice « taux de croissance- part de marché » (BCG)
- L'analyse des marchés
 - Leur qualification
 - Les 5 forces de Porter

- L'analyse de criticité

Exercice : analyse de marchés particuliers concernant les participants selon la méthode de Porter

- Les différentes stratégies d'achat
 - Les stratégies liées au positionnement des produits
 - Partenariat ou remise en concurrence systématique
 - Comment combattre les ententes entre fournisseurs ?
 - Comment combattre les monopoles ?
- L'organisation des achats
 - Les différents types d'organisation Achats liés à la taille et à la spécificité de l'entreprise
 - Centralisation versus décentralisation : avantages et inconvénients
 - Analyse Make or Buy
 - L'externalisation (outsourcing) des achats
- Articulation de la fonction Achat
 - Qui sont les interlocuteurs des achats ?
 - Quelles informations échangent ils ?
 - Le trinôme en or : Acheteur- Prescripteur- Utilisateur
 - Quelles sont les priorités de chaque corporation ?
 - Quelles sont leurs contraintes ?
 - Quels sont les « hors-jeu » de chacune d'elles ?
- Le processus de sélection du fournisseur
 - La matrice de désirabilité réciproque
 - La part respective du chiffre d'affaire entre fournisseur et client joue t'elle un rôle ?
 - Les critères de sélection

Exercice : brainstorming sur les principaux critères de sélection des fournisseurs utilisés

- Quelques bonnes pratiques d'achat
 - La notion de « coût d'usage global » (TCO)
 - La démarche costing chez le fournisseur
 - Le temps et l'acheteur
 - Points d'attention dans la contractualisation
 - Les mandats réels et apparents : risques pour l'entreprise ?
 - L'évolution dynamique des clauses contractuelles
 - La Convention de Vienne : est-elle favorable à l'acheteur ?
- Les qualités du bon acheteur
 - Typologie des acheteurs/vendeurs
 - Existe t'il un tempérament idéal ?
 - Les qualités requises liées à l'évolution de la fonction et des technologies
 - L'influence de l'éthique sur le travail de l'acheteur