

Parcours Acheteur Certifié

20 Jours, 140 Heures + 2 Heures de certification
Ajouté le 27/06/2022 - Modifié le 13/02/2024

6300€ NET

L'essentiel de la fonction achat en 20 jours et 9 modules de formation



Objectifs

Module 1 : LA FONCTION ACHAT DANS L'ENTREPRISE (2 jours)

Ce plan de cours vise à fournir une compréhension approfondie de la fonction achats, en mettant l'accent sur son rôle stratégique, les processus clés, la gestion des fournisseurs, l'optimisation des coûts et l'intégration de l'innovation.

Module 2 : DEFINITION ET ANALYSE DES BESOINS ACHAT (3 jours)

- Organiser la collecte, l'analyse et la définition des besoins d'achat de l'entité
- Comprendre le Processus d'Analyse des Besoins
- Définir les Types de Besoins
- Identifier les Besoins Spécifiques aux Achats
- Évaluer les Risques liés aux Besoins
- Promouvoir la Collaboration Interfonctionnelle
- Développer des Compétences en Rédaction de Spécifications
- Sensibiliser à l'Impact Financier des Besoins
- Encourager l'Innovation dans l'Expression des Besoins
- Évaluer les Performances des Processus d'Analyse des Besoins

Module 3 : MARKETING ACHAT ET INNOVATION (2 jours)

- Recherche, identification et sélection des fournisseurs
- Comprendre le Marketing Achat
- Identifier les étapes clés du processus d'innovation dans le contexte des achats.
- Maîtriser les Concepts de Valeur Ajoutée
- Intégrer l'Innovation dans la Stratégie d'Achat
- Optimiser la Gestion des Relations Fournisseurs
- Développer des Compétences en Négociation Axée sur la Valeur
- Gérer le Risque et l'Incertitude dans les Achats Innovants
- Stimuler la Créativité dans les Achats
- Évaluer les Performances du Marketing Achat et de l'Innovation
- Encourager une culture d'innovation au sein de l'équipe d'achats.

Module 4 : STRATEGIE ACHAT - DEFINITION ET APPLICATION (2 jours)

- Comprendre les liens entre stratégie de l'entreprise, politique achat générale et stratégie achat catégories / familles
- Identifier les parties prenantes à l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie achat
- Elaborer un diagnostic préalable à la construction d'une stratégie achat
- Elaborer une stratégie achat par catégories / familles

Parcours Acheteur Certifié

Module 5 : ENJEUX ACHATS ET RSE (2 jours)

- Comprendre le concept de RSE au cœur des achats et savoir le partager en interne comme en externe.
- Réaliser un audit de maturité de sa fonction achat intégrant la RSE
- Disposer de toutes les informations nécessaires pour observer, analyser et déterminer sa stratégie ACHATS RESPONSABLES.
- Créer une stratégie ACHATS RESPONSABLES (feuille de route, outils, plan d'action, équipe projet...)
- Repérer les sujets prioritaires des achats
- Adopter la posture de pilote de la RSE via les achats
- Pratiquer des achats matures

Module 6 : PREPARATION ET CONDUITE DES NEGOCIATIONS FOURNISSEURS (4 jours)

- **Réaliser l'achat de biens ou services**
- Comprendre les Principes Fondamentaux de la Négociation
- Maîtriser les différentes étapes du processus de négociation, de la préparation à la conclusion.
- Comprendre l'importance de chaque étape dans le succès global de la négociation.
- Identification les différents Styles de Négociation :
- Se familiariser avec différents styles de négociation.
- Promouvoir une approche de négociation collaborative axée sur la création de valeur mutuelle.
- Développer des compétences pour gérer les concessions et obtenir des contreparties équilibrées.
- Fournir des techniques pour surmonter les impasses et les situations de blocage.
- Mettre l'accent sur l'importance de la conduite éthique dans les négociations.

Module 7 : MISE EN PLACE ET GESTION DES CONTRATS ACHATS (2 jours)

- Appréhender les principes juridiques qui régissent les relations commerciales
- Appliquer les règles de droit des contrats aux spécificités des contrats d'achat
- Construire un contrat correspondant à son besoin et aux risques correspondants

Module 8 : CARTOGRAPHIE ET PILOTAGE DES RISQUES FOURNISSEURS (2 jours)

- Acquérir un comportement proactif sur le management des risques Achats
- Mettre en pratique les différentes méthodes et outils

Module 9 : PILOTAGE ET MESURE DE LA PERFORMANCE ACHAT (1 jour)

- Obtenir une vue d'ensemble de la mesure et du pilotage de la performance achat.



Compétences visées

Module 1 : LA FONCTION ACHAT DANS L'ENTREPRISE

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre la place des achats dans l'entreprise
- Identifier les leviers de création de valeur ajoutée des achats

Parcours Acheteur Certifié

Module 2 : DEFINITION ET ANALYSE DES BESOINS ACHAT

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Organiser la collecte des besoins d'achat de son entreprise
- Analyser les besoins d'achat exprimés par les services de son entreprise, en approfondissant l'examen des informations recueillies
- Etablir le cahier des charges des biens ou services recherchés en concertation avec le service émetteur de la demande
- Capacité à discerner les besoins opérationnels, stratégiques et tactiques de l'organisation.
- Aptitude à évaluer et à anticiper les risques associés aux besoins non satisfaits.
- Capacité à rédiger des cahiers des charges clairs, complets et précis.
- Capacité à favoriser la collaboration entre les différents départements impliqués dans l'expression des besoins.
- Compétence à entretenir des relations positives avec les fournisseurs et les partenaires externes.
- Capacité à évaluer les coûts par rapport aux avantages potentiels.
- Capacité à évaluer l'effet des besoins sur la stratégie d'achat.
- Aptitude à gérer les besoins tout au long du cycle de vie du projet.

Module 3 : MARKETING ACHAT ET INNOVATION

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Rechercher les fournisseurs potentiellement capables de satisfaire aux besoins d'achat de son entreprise, en conduisant des recherches d'information ciblées les concernant, afin d'identifier ceux à solliciter.
- Evaluer les offres commerciales et les capacités des fournisseurs repérés et sollicités, en s'appuyant sur leur analyse multicritère, afin d'identifier les opérateurs présentant les meilleures garanties et propositions en adéquation avec ses besoins et critères de choix.
- Capacité à analyser le marché des fournisseurs, identifier les tendances et évaluer les opportunités.
- Compétence à segmenter les besoins d'achat en fonction des critères stratégiques.
- Aptitude à communiquer efficacement les avantages des produits ou services achetés tant en interne qu'avec les fournisseurs.
- Développer des stratégies de communication qui renforcent la position de l'entreprise sur le marché.
- Capacité à construire des relations durables et mutuellement bénéfiques avec les fournisseurs.
- Capacité à repérer des opportunités pour introduire des produits ou services innovants
- Compétence à évaluer et gérer les risques liés à l'achat de produits ou services innovants.
- Encourager la créativité et la pensée innovante au sein de l'équipe d'achats.
- Utilisation d'indicateurs de performance pour mesurer l'efficacité des activités de marketing achat et d'innovation.
- Gérer efficacement des projets liés aux achats et à l'innovation.
- Equilibrer les coûts et les avantages dans les décisions d'achat.

Module 4 : STRATEGIE ACHAT - DEFINITION ET APPLICATION

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Être capable de réaliser proposer et déployer une stratégie d'achat/segments

Module 5 : ENJEUX ACHAT ET RSE

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Comprendre ce qu'est la RSE au cœur de la fonction achat et les raisons de l'évolution de la fonction achat
- Identifier la stratégie ACHATS RSE la plus adéquate à son entreprise et les sujets prioritaires à déployer
- Bâtir un plan d'actions pour faire vivre les ACHATS RSE au cœur de l'entreprise via une feuille de route impactante

Parcours Acheteur Certifié

- Maîtriser la mise en œuvre des outils achats responsables (cadre réglementaire, ISO 26000, stratégie achat de la RSE, enjeux et risques...)
- Bâtir sa posture de référent interne sur la RSE via les achats
- Orienter sa communication interne via des indicateurs de performances achats impactant (KPI ACHATS RSE)

Module 6 : PREPARATION ET CONDUITE DES NEGOCIATIONS FOURNISSEURS

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Sélectionner le fournisseur auquel confier le marché, en s'appuyant sur l'analyse produite et sur la base d'une grille de lecture objective, afin d'ouvrir la phase de négociation.
- Préparer la négociation, en définissant ses objectifs et en identifiant ses marges de manœuvre et leviers de discussion
- Conduire ou participer à la négociation avec le fournisseur, en développant un argumentaire adapté et en prenant en compte les arguments et objections de son ou ses interlocuteurs

Module 7 : MISE EN PLACE ET GESTION DES CONTRATS ACHAT

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Acquérir des connaissances juridiques nécessaires à la rédaction d'un contrat simple
- Gérer des risques achat par le contrat
- Elaborer ou collaborer à l'élaboration du contrat fixant les termes du marché à l'issue de la négociation, en veillant à sa conformité au niveau légal et en vérifiant la présence de toutes les clauses et accords convenus, afin de sécuriser le marché et de garantir l'engagement du fournisseur.

Module 8 : CARTOGRAPHIE ET PILOTAGE DES RISQUES FOURNISSEURS

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier les risques achat
- Cartographier et évaluer les risques achat
- Anticiper leur impact sur l'entreprise
- Maîtriser et piloter les risques

Module 9 : PILOTAGE ET MESURE DE LA PERFORMANCE ACHAT

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Construire un tableau de bord achat
- Identifier les indicateurs pertinents
- Savoir mesurer la performance des achats



Public

Tout public amené à réaliser une mission dans la fonction achat

Prérequis : Aucun prérequis

Accessibilité : Formation ouverte aux personnes en situation de handicap : un référent handicap étudiera les adaptations pouvant être mises en place pour vous permettre de suivre la formation. Pour plus d'informations : rendez-vous sur notre page centre de formation.

Parcours Acheteur Certifié

Délais d'accès : L'accès à la formation est soumis au délai d'acceptation des financeurs et du temps de traitement de la demande : de 7 jours à 2 mois selon le mode financement.



Programme

Module 1 : La fonction achat dans l'entreprise

Journée 1 : Compréhension de la Fonction Achats

Matinée : Introduction à la Fonction Achats

1. Session d'Accueil

- Présentation des participants et des objectifs du cours.

2. Rôle Stratégique des Achats

- Importance stratégique des achats dans la gestion d'une entreprise.
- Liens entre la fonction achats, la stratégie d'entreprise et la performance globale.

Après-midi : Processus Achats et Gestion des Fournisseurs

3. Processus Achats

- Présentation des différentes étapes du processus d'achats.
- Intégration des achats dans la chaîne d'approvisionnement.

4. Gestion des Fournisseurs

- Évaluation et sélection des fournisseurs.
- Relations fournisseurs et collaboration.

Journée 2 : Optimisation des Achats et Innovation

Matinée : Stratégies d'Optimisation

- Revue des Concepts
- Récapitulation des notions clés de la première journée.

1. Optimisation des Coûts et des Processus

- Les leviers d'optimisation des coûts selon le type d'achat
- Les leviers d'optimisation du process achats

Après-midi : Place de l'Innovation dans les Achats

1. Innovation dans les Achats

- Intégration de l'innovation dans la fonction achats à chaque étape du process Achats
- Le Supplier Value Management

2. La transition écologique appliquée aux achats : vers des achats responsables

Parcours Acheteur Certifié

- Le rôle de l'acheteur
- Les leviers d'application

Conclusion et Perspectives

Module 2 : Définition et analyse des besoins achat

Journée 1 matin : Généralités, place dans le processus, centre d'achats

1. Généralités dans les Achats

- Définition des achats
- B. Objectifs des achats

2. Place des Achats dans le Processus Organisationnel

- Analyse du cycle d'achat
- Coordination avec d'autres fonctions
- Impact sur la stratégie globale

3. Les Centres d'Achat : Acteurs Clés dans le Processus

- Définition des centres d'achat
- Relations avec les fournisseurs
- Technologie et outils dans les centres d'achat

Journée 1 après-midi : RACI - ADCE

1. Introduction au RACI

- Définition du RACI
- Objectifs du RACI
- Importance du RACI dans la gestion de projet

2. Compréhension des Composants du RACI

- Responsable (R - Responsable)
- Accountable (A - Responsable ultime)
- Consulted (C - Consulté)
- Informed (I - Informé)

3. Application du RACI dans la Gestion de Projet

- Processus d'implémentation du RACI
- Utilisation du RACI dans le Cycle de Vie du Projet
- Exemples concrets de matrices RACI

4. Défis et Solutions avec le RACI

- Défis courants dans l'utilisation du RACI
- Stratégies pour surmonter les défis

1. Introduction au Concept de Matrice ADCE

Parcours Acheteur Certifié

- Définition de la Matrice ADCE
- Objectifs du Cours

2. Compréhension des Composants de la Matrice ADCE

- pprove (Approuver)
- Delegate (Déléguer)
- Consult (Consulter)
- Execute (Exécuter)

3. Application de la Matrice ADCE dans des Scénarios Pratiques

- Étude de Cas
- Exercice en Groupes

Journée 2 matin : Analyse fonctionnelle

1. Introduction à l'Analyse Fonctionnelle

- Définition de l'Analyse Fonctionnelle
- Contexte d'Application

2. Principes Fondamentaux de l'Analyse Fonctionnelle

- Identification des Fonctions
- Hiérarchisation des Fonctions
- Relation Fonctions-Besoins

3. Outils et Techniques de l'Analyse Fonctionnelle

- Diagramme FAST (Function Analysis System Technique)
- Diagramme Pieuvre (ou Diagramme Fonctionnel)
- Matrice des Exigences et des Fonctions

Journée 2 après-midi : Grille d'analyse - rédaction Cahier des charges

1. Introduction aux Grilles d'Analyse

- Définition des Grilles d'Analyse
- Utilisation des Grilles d'Analyse

2. Types de Grilles d'Analyse

- Grilles Quantitatives
- Grilles Qualitatives
- Grilles Mixtes

3. Élaboration d'une Grille d'Analyse

- Définition des Critères
- Attribution des Poids aux Critères
- Validation de la Grille d'Analyse

Parcours Acheteur Certifié

4. Introduction à la Rédaction des Cahiers des Charges

- Définition du Cahier des Charges
- Contenu Typique d'un Cahier des Charges

5. Étapes de Rédaction d'un Cahier des Charges

- Identification des Besoins
- Structuration du Cahier des Charges
- Rédaction des Descriptifs Techniques

Journée 3 matin : Analyse de la valeur

1. Introduction à l'Analyse de la Valeur

- Définition de l'Analyse de la Valeur
- Historique et Évolution

2. Principes Fondamentaux de l'Analyse de la Valeur

- Valeur Perçue par le Client
- Méthodologie de l'Analyse de la Valeur
- Valeur Fonctionnelle

3. Application de l'Analyse de la Valeur dans le Processus d'Achat

- Sélection des Produits ou Services à Analyser
- Atelier Pratique : Analyse de la Valeur d'un Produit ou Service

4. Méthodes et Outils d'Analyse de la Valeur

- Diagramme de Fonctions
- Analyse des Coûts de Cycle de Vie (LCC - Life Cycle Costing)

5. Avantages de l'Analyse de la Valeur dans les Achats

- Optimisation des Coûts
- Amélioration de la Qualité

Journée 3 après-midi : exercice pratique - mise en application

Module 3 : Marketing achat et innovation

Journée 1 matin : Définition, place dans le processus, segmentation

Segmentation du portefeuille, priorisation Pareto, Porter, Sourcing.

1. Introduction à la Segmentation des Achats

- Définition et Objectifs
- Importance Stratégique

2. Types de Segmentation dans les Achats

Parcours Acheteur Certifié

- Segmentation en Fonction des Produits/Services
- Segmentation Géographique
- Segmentation en Fonction des Fournisseurs
- Segmentation en Fonction des Utilisateurs Internes

3. Méthodes de Segmentation des Achats

- Analyse des Données
- Entretiens et Retours d'Expérience
- Utilisation de Critères Stratégiques

Journée 1 après-midi : Priorisation, matrice de Porter

1. Introduction à la Priorisation dans les Achats

- Définition de la Priorisation
- Contexte Stratégique

2. Méthodes de Priorisation des Achats

- Critères de Priorisation
- Méthodes Quantitatives
- Méthodes Qualitatives

3. La Matrice de Porter dans les Achats

- Introduction à la Matrice de Porter
- Les Cinq Forces Concurrentielles
- Application Pratique : Utilisation de la Matrice de Porter

Journée 2 matin : Sourcing, innovation

1. Introduction au Sourcing dans les Achats

- Définition du Sourcing
- Types de Sourcing

2. Méthodes de Sourcing

- Appels d'Offres et Négociation
- Évaluation des Fournisseurs
- Sourcing Innovant

3. L'Innovation dans les Achats

- Importance de l'Innovation Achats
- Processus d'Innovation Achats
- Collaboration Fournisseurs-Innovation

Journée 2 après-midi : Exercice pratique - mise en application

Module 4 : Stratégie achat - définition et application

Parcours Acheteur Certifié

1. **Réaliser un diagnostic des achats de l'organisation et des opportunités / risques marché**

- Analyser quantitativement et qualitativement les achats actuels et des besoins d'achat
- Identifier et évaluer les risques internes à l'achat
- Analyser les marchés d'achat et le positionnement de l'entreprise sur ces marchés
- Synthétiser les éléments de l'analyse dans une matrice SWOT

Concepts clés : Analyse ABC – matrice ACDE – Matrice des 5 forces de PORTER – SWOT

2. **Élaborer une stratégie achat par catégories / familles d'achat**

- Cartographier les achats de l'organisation sur la matrice KRALJIC
- Identifier les stratégies achat possibles selon les catégories d'achat
- Proposer une stratégie achat / segments et la déployer
- Communiquer la stratégie achat aux parties prenantes de l'entreprise

Concepts clés : Matrice KRALJIC – Stratégies achats segments et leviers

Module 5 : Enjeux achats et RSE

1. **Appréhender l'actualité des achats & la RSE et l'historique dans les organisations.**

- Définition des achats responsables
- Les caractéristiques par rapport aux attentes et évolutions du marché
- Les relations entre la RSE et les achats
- Le regard du public sur les achats responsables
- L'impact des achats sur les différentes fonctions de l'entreprise

2. **Le constat des achats et de la RSE aujourd'hui et les scénarios à venir**

- Les normes ISO20400, ISO 26000 et la charte RFAR (relations fournisseurs et achats responsables)
- Les nouvelles demandes clients et fournisseurs
- Le mix RSE et ACHAT : subit ou choisit ?

3. **Anticiper et Déployer sa stratégie**

- Monter en compétences des équipes achat
- Des achats vers les achats RSE
- Les outils de base aux achats RSE
- Les risques aux achats RSE
- L'audit des achats responsables
- Le pilotage des achats RSE
- Le mode projet achats RSE

4. **Les achats + la RSE : un facteur X de différenciation pour les organisations**

- Différence entre achat et achat RSE au quotidien via des situations concrètes
- Négocier en interne et en externe avec la RSE
- Influencer les parties prenantes de l'organisation avec la RSE dans les achats

Parcours Acheteur Certifié

Module 6 : préparation et conduite des négociations fournisseurs

Intro et recueil des attentes

Thème 1 : Alignement « c'est quoi une bonne négociation ? »

1. Alignement autour du partenariat (selon Kraljic...) et de la mise sous pression
 - Être crédible en toute circonstance
 - 3 points de vigilance avant de rentrer en négociation : notion de coût complet et prise de hauteur, notion de besoin

Messages clefs :

- C'est un accord, Avec atteinte des objectifs, Dans les marges de manœuvre
- Dans le temps imparti
- Qui maintient les bonnes relations (pérennité)
- Être ferme sur le fond et souple sur la forme à ne rien lâcher à la première demande

Modalités pédagogiques

Sous-groupe / 1 idée par post it / puis mise en commun et synthèse avec le formateur

2. Faut-il toujours rentrer en négociation ?

- Les autres façons de trouver un accord

Messages clefs :

La négo est consommatrice de temps et d'énergie ; il existe d'autres façons de trouver un accord

Thème 2 : la préparation de la négociation

1. Focus sur la formulation de demande à comment demander ?
 - 4 éléments constitutifs de la formulation de demande
 - Phase de courage (résistance) et phase d'empathie (ouverture)

Messages Clés :

6 principes de résistance (dire non ! concessions / contreparties, 3 ? Ouvertes, le silence ...

Cas n° 1 Speed Négo- sans temps de préparation

Devant le formateur : formuler des demandes de baisse OU DE HAUSSE ? de prix (selon le cas choisi) 3 à 4 acheteurs passent face au formateur. Un challenge est donné pour chaque passage (par exemple : « *le vendeur ne baissera le prix que à la troisième demande, vous devez donc insister jusqu'à trois fois et ne pas céder au premier non du vendeur* »

Debrief avec les 6 principes de résistance

2. Que préparer avant une négociation ?
 - 3 niveaux d'objectifs + Arguments
 - Les Pas de concession
 - Zone d'Accord Possible
 - Intégrer le point de vue du fournisseur (vision dynamique)

Modalités pédagogiques

Parcours Acheteur Certifié

Exposé + Q/A

3. Que négocier ?

- Lister tous les points à négocier (que puis-je demander au fournisseur ?), puis identifier les contreparties avec un PA/MIRE/PR
- Identifier des arguments
- Ai-je des clauses bonus à demander ?

Messages clefs :

Ne rien oublier !

Outil :

- Le clausier de négociation

Modalités pédagogiques

- Dernier survivant (1 point à négocier avec 1 argument + 1 formulation de demande) par acheteur, le premier qui sèche perdu !

Cas n° 2 : préparation d'une négo de A à Z - Cas défensif négociation dans le cadre d'une hausse demandé par le fournisseur

Par groupe de 2 vendeurs / 2 acheteurs 2 tables de négociation

Temps de préparation : 25''

Temps de négociation : 20' par table

Modalités pédagogiques

- Debrief des négociations à partir de la vidéo
- Debrief sur le fond sur l'utilisation des outils vus la veille
- Debrief individualisé sur la forme (non verbal, vocal) (1 point fort à mettre en avant et 1 axe d'amélioration)

Messages clefs :

- Négocier d'est demander et non débattre !
- Importance du non verbal (posture, voix, regard...)

4. L'argumentation : Comment trouver des bons arguments ?

- Trouver les bons arguments
- Anticiper les objections et formuler des parades

Outils :

- Outil double SWOT
- Création d'un argumentaire générique

Documents :

- Liste d'arguments génériques
- Guide de formulation

5. Préparation Relationnelle : comment évaluer le contexte de la situation ?



Parcours Acheteur Certifié

- Analyser le contexte
- Le rapport de forces
- L'enjeu et l'optique de négociation (offensif / constructif / défensif)

Messages clefs :

- Intégrer la stratégie de négociation en fonction du contexte de la situation
- Remettez en question ! Renversez la perception du rapport de forces

Modalités pédagogiques

- Descendant exposé papier

Outils :

L'évaluation de la balance du pouvoir

Thème 3 : Le pilotage de la négociation

1. Comment bien démarrer une négociation ?

- Accueil positif
- Recherche d'information : le triangle inversé (technique empruntée aux vendeurs !)
- L'annonce des objectifs

Messages clefs :

- La guerre du point d'annonce !
- Prendre la main et la garder
- Amener le fournisseur sur notre chemin pertinent

Cas pratique n°3 : s'entraîner à l'annonce des objectifs (cas face au formateur)

Cas Achats de fourniture catalogue

Annoncer son point d'annonce

2. Par quoi je commence, par quoi je termine ma négociation ?

- Chemin pertinent de l'acheteur
- Gestion de rupture (vraie rupture et fausse rupture en négociation)
- Sécuriser son parcours de négociation

Modalités pédagogiques : jeu du loto

Chaque acheteur donne la combinaison gagnante !

3. Comment conclure la négociation ?

- Verrouiller et récapituler
- Fixer les prochaines échéances

Messages clefs :

- Négocier c'est décider !

Parcours Acheteur Certifié

- Savoir utiliser ses marges de manœuvre

Modalités pédagogiques :

Partage d'expérience : « et vous comment faites-vous ? »

Cas pratique N°4 Cas complet de négo offensive

Préparation complète d'un cas de négociation

40' de préparation - Validation des préparations par le formateur 5 ' par groupe

- Répartition des équipes Vendeurs / Acheteurs (les rôles sont inversés par rapport au cas précédent)
- 40' de négociation une table joue une table observe puis inversement des rôles
- Auto-évaluation par les acteurs
- Debrief par les observateurs et second debrief vidéo pour mesurer les progrès réalisés depuis le premier debrief

Module 7 : mise en place et gestion des contrats achats

Introduction : la place du contrat au sein d'un environnement juridique complexe (brève présentation du système juridique français et des principes structurant le droit des contrats)

1. Les liens entre le processus de contractualisation et le processus achat (encadrement des pratiques achat par le droit, les pratiques contractuelles associées aux différentes étapes du processus achat, l'utilité du contrat pour garantir les risques liés à l'achat)
2. Les pratiques courantes de contractualisation : RFI, RFQ, Accord-cadre, contrat, bon de commande...
3. Les principales clauses permettant de sécuriser un achat : objet et modalités d'exécution du contrat, obligations, rupture...
4. Les différentes modes de règlement des litiges (brève présentation du système judiciaire français, les principaux modes de règlements des conflit)

5. Module pratique : savoir rédiger un contrat - exercice pratique.

Module 8 : cartographie et pilotage des risques fournisseurs

Introduction :

- Définir le risque
- Evolution de l'écosystème
- La place du risk management en entreprise

1. Identifier les risques Achats :

- L'importance d'analyser le besoin
- Bien connaître le processus Achats, son portefeuille et ses fournisseurs
- Les différents outils

2. Cartographier et évaluer les risques Achats :

- Panorama des différents types de risques
- Matricer les risques et les prioriser
- Solutions de traitement du risque

Parcours Acheteur Certifié

3. Anticiper leur impact sur l'entreprise :

- La gestion des risques contractuels et leurs impacts
- La gestion des risques internationaux
- La gestion des risques fournisseurs par le biais de l'analyse financière

4. Maîtriser et piloter les risques :

- Mise en place de stratégies sur la gestion des risques
- Piloter les risques pour pérenniser ses enjeux
- La gestion d'une situation de crise

Module 9 : pilotage et mesure de la performance achat

Matinée : Introduction à la Performance Achat

1. Session d'Accueil et Objectifs du Cours

- Présentation des participants.
- Objectifs de la journée.

2. Contextualisation de la Performance Achat

- Définition de la performance achat.
- Rôle stratégique des achats dans la performance globale de l'entreprise.

3. Indicateurs Clés de Performance (KPI) en Achat

- Identification des KPIs pertinents pour mesurer la performance achat.
- Relation entre les KPIs achat et les objectifs organisationnels.

Après-midi : Mesure et Pilotage de la Performance

4. Tableau de Bord Achat

- Conception d'un tableau de bord achat efficace.
- Utilisation d'outils informatiques pour le suivi.

5. Analyse de la Performance Achat

- Méthodes d'analyse des résultats.
- Prise de décisions basée sur les indicateurs de performance.

6. Cas Pratiques et Exercices

- Application des concepts à travers des cas réels.
- Exercices pratiques sur l'utilisation des indicateurs.

7. Conclusion et Recommandations

- Bilan de la journée.
- Recommandations pour le pilotage de la performance achat.

Parcours Acheteur Certifié



Dates & lieux

20, 21 juin, 03, 04, 05 juillet, 29, 30 août, 12, 13 septembre, 03, 04, 17, 18 octobre, 07, 08, 21, 22 novembre, 05, 06 et 19 décembre + Certification le 20 décembre 2024

Nantes / St-Herblain



Les points forts

Une offre riche et diversifiée de plus de 200 formations sur des thématiques très ciblées. Une équipe à votre écoute pour vous accompagner dans la réalisation de vos projets formation !

Retrouvez tous nos indicateurs de satisfaction et de performance sur nos pages centres de formation.



Modalités pédagogiques

Le formateur apporte non seulement des notions théoriques mais également un accompagnement des stagiaires vers l'acquisition des compétences et leur validation par la pratique.

De ce fait, le déroulement des formations inclut des travaux : en sous-groupes, de préparation d'exposés, de mises en situation, des exercices d'application, des ateliers de travail.

Équipe pédagogique : Les formateurs CCI FORMATION sont sélectionnés en cohérence avec les méthodes pédagogiques que nous encourageons. Ils sont référencés sur la base de leur expertise dans leur domaine d'intervention et leur capacité à partager leur expérience au travers de solutions concrètes et opérationnelles.

Méthodes : Les CCI des Pays de la Loire vous accueillent en proximité dans leurs établissements de formation. Nos équipements, conçus pour répondre à l'ensemble des thématiques de formation proposées, offrent un cadre d'apprentissage agréable, performant et stimulant. Découvrez sur nos pages centres de formation, la présentation détaillée de nos infrastructures.



Validation/Certification

La formation PARCOURS ACHETEUR s'appuie sur la Certification de Compétences en Entreprises (CCE) inscrites au Répertoire Spécifique de France Compétences : CCE « Exerçer la mission d'organisation et de suivi des achats » RS 5372 <https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/5372> ; soit un total de 4 journées sur les 20 jours du programme (1 journée sur Définition et Analyse des besoins achat, 1 journée sur Marketing Achat et Innovation, 1 journée sur Préparation et conduite des négociations fournisseurs et 1 journée sur Mise en place et gestion des contrats achat). Les journées complémentaires constituent des modules non éligibles à la certification. Recueil des attentes : au démarrage de la formation, les attentes de chaque participant sont répertoriées par le formateur sur le support CCI. Positionnement : en début de formation, le niveau de chaque participant est évalué par le formateur via un test de positionnement et d'acquis des connaissances. En cours de formation, des exercices et/ou des mises en situation viennent évaluer l'acquisition des connaissances et capacités de chaque participant. Evaluation des acquis : en fin de formation, le niveau d'acquisition des connaissances et capacités est évalué individuellement au regard des objectifs de la

Parcours Acheteur Certifié

formation par un test de positionnement et d'acquis des connaissances. Evaluation qualité : dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue, une enquête de satisfaction des participants est réalisée en fin de formation. Une version numérique de ce questionnaire peut être utilisée. Certificat de réalisation, attestation de formation : à l'issue de la formation, votre certificat de réalisation de cette formation vous sera délivré par les services administratifs de la CCI. En complément et sur demande des participants, une attestation de formation pourra également être remise.