

Marketing achat et innovation

2 jours (14h)
Ajouté le 13/02/2024 - Modifié le 06/05/2024

840€ NET

Les étapes clés de la recherche de fournisseurs

Objectifs

- 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.

Compétences visées

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.

Public

Acheteur, assistant achat, gestionnaire achats, approvisionneur, responsable achat ou toute personne étant amenée en entreprise à

Marketing achat et innovation

exercer une mission dans la fonction achat

Prérequis : Prérequis : Aucun

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.

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

Définition, place dans le processus, segmentation

Segmentation du portefeuille, priorisation Pareto, Porter, Sourcing.

Introduction à la Segmentation des Achats

- Définition et Objectifs
- Importance Stratégique

Types de Segmentation dans les Achats

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

Méthodes de Segmentation des Achats

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

Priorisation, matrice de Porter

Introduction à la Priorisation dans les Achats

- Définition de la Priorisation
- Contexte Stratégique

Méthodes de Priorisation des Achats

- Critères de Priorisation
- Méthodes Quantitatives
- Méthodes Qualitatives

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

Marketing achat et innovation

Sourcing, innovation

Introduction au Sourcing dans les Achats

- Définition du Sourcing
- Types de Sourcing

Méthodes de Sourcing

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

L'Innovation dans les Achats

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

Exercice pratique - mise en application

Dates & lieux

 29 et 30 août 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

Marketing achat et innovation

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.



Validation/Certification

Un positionnement est réalisé en début de formation. A l'issue de la formation, les acquis de connaissances du participant seront évalués au regard des objectifs de la formation (QCM - quizz - mise en situation ...). Une attestation de fin de formation pourra être remise au stagiaire à l'issue de la formation.