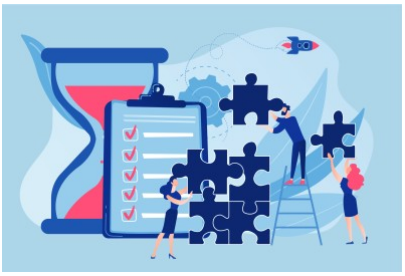
Programme de Formation

MA06 - Elaborer et mettre en oeuvre une stratégie d'achat



Organisation

Durée : 7 heures

Mode d'organisation : À distance

Prochaine session : ***début*** 28/04/2027

fin 28/04/2027

Contenu pédagogique

Public visé

Responsable de services achats marchés, responsables de la politique d'achat

Objectifs pédagogiques

Identifier les situations indispensables à la mise en oeuvre efficace des stratégies d'achat

Déterminer les outils de mise en oeuvre de la stratégie d'achat

Évaluer l'efficacité de mise en oeuvre de la stratégie d'achat

Description

1. Introduction

La notion de stratégie d'achat

- Définitions (stratégie d'achat et démarche contractuelle, segmentation des achats…)
- Exemples de stratégies d'achat

Pourquoi élaborer des stratégies d'achat ?

Quels sont les objectifs visés ?

- S'interroger sur les motivations qui conduisent à élaborer des stratégies d'achat
- Analyse de la maturité du service dans ce domaine (processus, organisation, pilotage, performance…)
- Les questions à se poser : quels sont les objectifs à atteindre ? (économies de ressources et de moyens, qualités, respect de l'environnement, insertion professionnelle des publics en difficulté…)

Étude de cas : présentation et étude d'une courbe de maturité de la fonction achats

2. Comment élaborer des stratégies d'achats

Les données d'entrée indispensables

Définition du périmètre de la stratégie d'achat (segmentation, objectifs et calendrier)

Les outils d'aide à l'élaboration des stratégies

La recherche d'informations : analyse du marché fournisseurs et analyse comparative des prix (prix antérieurs, prix obtenus par d'autres acheteurs)

Benchmark avec d'autres services acheteurs : marketing achats et analyse des données internes (les achats récurrents et non récurrents)

Le contenu et la formalisation de la stratégie : quelle forme pour les documents présentant la stratégie, quels outils informatiques pour les diffuser ?

Focus : présentation d'exemples de stratégies d'achats. Les stagiaires seront amenés à commenter les exemples présentés

3. Assurer la mise en oeuvre de la stratégie d'achat

Un processus bien établi

- La stratégie d'achat doit être la référence
- Les étapes clés de la mise en oeuvre d'une stratégie d'achat (validation, communication, lancement, application/ mise à jour et retour d'expérience)

Le choix des acteurs

- Qui porte la stratégie ? Qui l'applique ?
- Qui s'assure que la stratégie est pertinente (en amont) ?
- Qui s'assure que la stratégie est appliquée ?

Les indicateurs de mesure

- Quelle est la performance recherchée ?
- Les indicateurs de mesure et de pilotage de la stratégie

Mise en situation : réalisation de tableaux de bord

Mise en application pratique : ébauche d'élaboration d'une stratégie d'achat avec indicateurs de mesure associés

Prérequis

Une connaissance de base de la réglementation des marchés publics

Modalités pédagogiques

La formation reposera sur l'alternance d'apports théoriques et de mise en situations tirées du vécu des apprenants.

Moyens et supports pédagogiques

Le support remis aux participants contiendra le cadre juridique, les principales jurisprudences applicables, les points de vigilance, les liens vers diverses ressources documentaires et les cas pratiques.

Modalités d'évaluation et de suivi

QCM de début et de fin de formation

Mise en situation et cas pratiques

Tour de table

Evaluation à chaud

Informations sur l'accessibilité

Cette formation est accessible aux personnes porteuses de handicap. Veuillez nous signaler si vous êtes une personne en situation de handicap (PSH) pour pouvoir adapter notre approche pédagogique et/ou mettre en place des mesures de compensation.