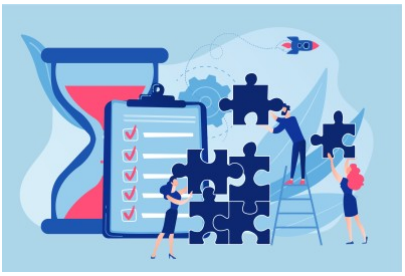
Programme de Formation

MA10 - Sourcing fournisseurs : un levier d'amélioration de ses achats



Organisation

Durée : 7 heures

Mode d'organisation : À distance

Prochaine session : ***début*** 05/03/2027

fin 05/03/2027

Contenu pédagogique

Public visé

Acheteurs, responsables achats ou marchés

Objectifs pédagogiques

Appréhender de manière dynamique le marché fournisseur

Savoir utiliser les différents outils à la disposition de l'acheteur pour communiquer avec ses fournisseurs

Améliorer la performance de ses achats

Description

1. La consécration du sourcing

La nécessité d'une évaluation du besoin

Quels sont les objectifs de l'acheteur ?

Quelles sont les difficultés qui peuvent être rencontrées ?

2. Qu'est-ce que le marketing achat

La différence entre étude de marché et sourcing

Qu'est-ce que le « process sourcing » ?

- Le marketing achat
- Le benchmark
- La veille

3. Connaître son besoin : contraintes et enjeux

Analyser le portefeuille achats

Segmenter ses achats

- Des outils pour aider l'acheteur : la méthode Pareto
- La matrice de Kraljic

Comprendre et exploiter les résultats de la matrice

Les contraintes et les enjeux internes

Les enjeux externes

Étude de cas :

- À partir d'une stratégie d'achat, comment exploiter et présenter le sourcing réalisé ?

- Mettre en place une grille d'analyse des possibilités des fournisseurs en terme de développement durable

4. Pourquoi faire du marketing achat

Quelles sont les possibilités de gains à chaque stade de la procédure ?

L'optimisation économique du besoin

Les principes de la communication avec le fournisseur

Quand et comment puis-je communiquer ?

5. Les risques à prendre en compte

Les risques à ne pas mener une démarche de marketing achat

Quelles sont les limites à ne pas franchir ?

- Les manquements constatés
- Les risques juridiques
- La sur-qualité et/ou sous-qualité
- Comment son achat peut être plus performant ?

6. Marketing achat : comment faire ?

Travailler sur la durée des contrats

- Comment collecter l'information nécessaire ?
- Le sourcing d'entreprises innovantes
- L'e-sourcing
- Le business « speed dating »

Quels sont les outils de veille ?

- D'autres outils : la demande d'information (DI)
- La réunion d'information

Étude de cas : bâtir une grille d'analyse du marché fournisseur

Prérequis

Connaître les principes de base des marchés publics et notamment de la définition du besoin

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.