

ÉLABORER ET METTRE EN OEUVRE UNE STRATÉGIE D'ACHAT

590€ PRIX NET

Déjeuner compris

LIEU PARIS (2 SESSIONS)

DATE 7 juin 2018
5 novembre 2018

DURÉE 1 JOUR

PUBLIC

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

PRÉ-REQUIS

Une connaissance de base de la réglementation des marchés publics

OBJECTIFS

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

THÈMES TRAITÉS

INTRODUCTION

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.

COMMENT ÉLABORER DES STRATÉGIES D'ACHATS

Les données d'entrée indispensables

Définition du périmètre de la stratégie d'achat (segmentation - objectifs - calendrier).

Les outils d'aide à l'élaboration des stratégies

- La recherche d'informations : Analyse du marché fournisseurs - Analyse comparative des prix (prix antérieurs, prix obtenus par d'autres acheteurs)
- Benchmark avec d'autres services acheteurs - Marketing achats - 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.

COMMENT S'ASSURER DE LA MISE EN OEUVRE EFFICACE DE LA STRATÉGIE D'ACHAT VALIDÉE ?

Un processus bien établi

- La stratégie d'achat doit être la référence.
- Les étapes clés de la mise en œuvre d'une stratégie d'achat (validation - communication - lancement - application/ mise à jour - 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.

Une mise en application pratique - Ébauche d'élaboration d'une stratégie d'achat avec indicateurs de mesure associés