



2
Jours

Elaborer une stratégie Achats

dans ACHATS - METHODES ET OUTILS D'ACHAT / Réf : ACH-OUTI-04

Objectifs de la formation

- Identifier les enjeux d'une Stratégie Achat
- Déterminer son positionnement sur son marché
- Collaborer avec ses fournisseurs et prescripteurs

Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront en capacité de :

Jour 1 - Matin

1. Définir les enjeux d'une Stratégie d'Achat

- S'interroger sur le positionnement de sa société sur le marché de la famille
- Connaître et analyser son portefeuille achat
- Evaluer les risques faiblesses, forces et opportunités
- Établir ses objectifs et priorités
- Avoir une feuille de route précise à suivre

2. Mettre en oeuvre une Stratégie Achats

- Les enjeux des Achats pour le donneur d'ordre et pour l'entreprise
- Analyser son segment d'achat et son marché
- Les différentes Stratégies Achat
- Plans d'actions associés aux leviers
- Déterminer les étapes et les ressources pour mettre en oeuvre sa stratégie

Jour 1 - Après-midi

3. Développer la Performance Achats

SAS LEXOM

au capital de 25 000,00 €

Siège social : 155 Avenue René Privat - 07000 PRIVAS

N° SIRET : 510 869 274 00066 - RCS Aubenas

Code NAF : 85.59A / N° TVA Intra : FR 74510869274



LES FILIALES DU GROUPE LEXOM :





- Veille technologique et commerciale sur les marchés fournisseurs
- Implications des référents achats en amont des projets d'envergure
- Surveiller et gérer les vecteurs de coûts
- Impact de l'évolution de la législation sur les contrats existants

Jour 2 - Matin

4. Déterminer son positionnement sur son marché

- Est- ce un segment d'achats stratégique ?
- Identifier les risques auxquels le donneur d'ordre est exposé
- Communiquer avec ses prescripteurs et identifier conjointement les actions à mettre en place

5. Utiliser les différents leviers achats

- Analyse des coûts, consolidation, expression du besoin, e-achats...
- Quel levier pour quelle finalité?
- Planifier les actions à mettre en place par type de levier
- Echelonner ces grandes étapes dans le temps

Jour 2 - Après-midi

6. Savoir travailler avec ses fournisseurs et prescripteurs

- Comprendre l'intérêt du travail collaboratif dans l'élaboration de sa Stratégie d'Achat
- Mettre en avant les enjeux de la relation avec les prescripteurs
- Zoom sur "les clés pour vendre sa démarche" en interne

7. Utiliser les outils de suivi de sa Stratégie d'Achat

- Connaître les informations à suivre
- Construire son reporting de suivi
- Amender sa stratégie famille

Pré-requis



Connaître les pratiques des achats en entreprise

Public cible

Toute personne désirant intégrer les achats ou nouvellement nommée dans un service achat

Pédagogie

Méthodes pédagogiques

- La formation est composée à la fois de contenus théoriques permettant de développer les thèmes fondamentaux et de contenus pratiques permettant au formateur de faire le lien entre les sujets traités et l'expérience professionnelle de l'apprenant.

Modalités d'évaluation

- Au cours de la formation des études de cas ou des exercices seront proposés aux stagiaires pour qu'ils puissent mettre en pratique les savoirs dispensés et ainsi s'approprier les connaissances. À l'issue de la formation des exercices de test (quiz, QCM, etc.) évalueront la bonne acquisition de celles-ci.
- Une attestation de formation reprenant l'ensemble des objectifs pédagogiques sera délivrée à chaque participant à l'issue de celle-ci.

