



LES ACHATS STRATEGIQUES

PROGRAMME

Participants : Les secteurs d'activité visés relèvent tout autant de la distribution que de l'industrie ou encore des services privés ou publics. Les fonctions concernées sont celles de Directeur des achats dans une PME et de Responsable de segments d'achats (leadbuyer) dans une grande entreprise.

Objectifs :

- Mieux comprendre les leviers d'action des acheteurs
- Anticiper les attentes des acheteurs dans la construction de son offre
- S'affirmer face aux acheteurs professionnels en phase de négociation

Durée : La formation est répartie sur 2 jours soit 14 heures.

1. La dynamique de l'acheteur à travers le processus achat

- Approches séquentielle et systémique du métier de l'acheteur
- Service achat et influence : la question du pouvoir en acte
- L'organisation de la demande : des critères d'achat souvent contradictoires
- Identifier comment compiler l'analyse de l'offre fournisseurs à travers la notion de critères de sélection
- Le cas particulier des marchés publics

2. Appréhender les techniques et méthodes des acheteurs professionnels

- Identifier les stratégies d'achat et leviers d'actions possibles
- Marketing achat, analyse du risque et niveau de dépendance
- Comment l'acheteur analyse-t-il la faisabilité du projet par la segmentation des produits / marchés fournisseurs
- Analyse de la valeur et décomposition des coûts
- Dans la peau d'un acheteur sur sa propre affaire : les participants formaliseront la matrice achat et identifieront les leviers d'actions à leur disposition du point de vue de l'acheteur

3. Anticiper les attentes des acheteurs dans la construction de son offre

- Synchroniser son approche commerciale sur l'horloge achat
- Marketing vente, marketing achat ou la compréhension de logiques antinomiques
- Certitudes et incertitudes en matière de prix, de coûts et de marge : quels jeux possibles ?
- Prévenir les risques par l'anticipation des clauses contractuelles
- Cas pratique : Élaboration une stratégie commerciale adaptée au processus achat sur une affaire en cours

4. S'entraîner à négocier dans une logique de création de valeur

- Préparer et anticiper les mouvements coopératifs et compétitifs de la négociation acheteur/vendeur
- Mener la discussion et adapter vos scénarii de négociation
- La reformulation comme technique de communication et/ou comme manœuvre opportuniste
- Entraînement intensif à la négociation Acheteur/Vendeur