PROGRAMME DE FORMATION

Améliorer la performance et le pilotage d'un service achat

Durée : 2 jours

Objectifs :

- Savoir organiser un service achat performant ;
- Savoir identifier les enjeux et l'intérêt d'élaboration de tableaux de bord de suivi des achats ;
- Savoir développer des outils de suivi et de contrôle des achats.

Etablir une politique d'achats
Techniques de gestion des achats
Démarche et organisation.
La commande.
La gestion des stocks et approvisionnements.
Le contrôle de gestion appliqué aux achats.
Les tableaux de bord
Les leviers permettant d'optimiser l'achat public

Détecter les indicateurs pertinents
Les indicateurs.
L'interprétation des indicateurs.
L'exploitation des indicateurs

Les actions à engager
Définir une stratégie d'actions
Suivre l'efficacité des actions.
Assurer une relation pérenne avec ses fournisseurs ou sous-traitants.
L'utilité de réaliser une étude de marché avant le lancement d'une procédure de mise en concurrence

L'environnement économique des entreprises
Les contraintes des entreprises face aux marchés publics
La recherche constante des parts de marché
Le calcul des coûts
Structure de la marge bénéficiaire

Les sources d'étude de marché
Les sources documentaires

Les forums d'entreprise
Les salons professionnels
Savoir conduire une étude de marché dans son segment d'achat

Les différentes catégories de marchés
Les marchés concurrentiels
Les monopoles et oligopoles
La puissance économique des entrepris et de l'acheteur public
Cycle de vie d'un produit
Cycle de prix d'un produit
Analyse des coûts liés aux contraintes du marché

Connaissance des produits et de l'offre
Typologie des produits
Indicateurs de qualité d'un produit
Recensement des achats dans l'analyse du besoin
Etude de la loi de Pareto

Connaissance des fournisseurs
Analyse des performances d'un fournisseur
Les critères de performance des entreprises
Les différentes stratégies concurrentielles dans les marchés publics
La matrice BCG
Anticiper l'efficacité d'une mise en concurrence

Cas pratiques
- stratégies concurrentielles et les performances des entreprises
- contexte économique des marchés
- Elaboration de tableaux de bord
- Mise en application d'outils de suivi et de contrôle des achats