Werden Sie Einkäufer in nur einer Woche

Referenz: MAN035F Kategorien: EINKAUF-VERTRIEB-FINANZWESEN

SPRACHE(N):

FR

DAUER:

6 TAG(E)

SCHULUNGSEINRICHTUNG :

EUROCONSEILS

ZIELE

Acquérir toutes les compétences à la mise en place d'une stratégie d'achats et réorganiser un service achats.

Comprendre où sont les leviers de gains potentiels.

Savoir choisir et noter ses fournisseurs sur des critères de rentabilité, puisque les achats représentent 75% de la rentabilité d'une société et sont la plus grande source de gains dans l'entreprise

Personnes concernées :

Toute personne désirant acquérir des capacités pour devenir acheteur, voire créer ou réorganiser un service achats.

Dirigeants ou cadres d'entreprise qui veulent comprendre la place primordiale des achats qui représentent 65% du chiffre d'affaires de l'entreprise

INHALT

1- Organiser son service achats

Préparer « sa politique achats » en tenant compte de la politique générale de l’entreprise

Gérer aussi bien des fournisseurs en amont de l’entreprise que les clients internes

Interface entre les différentes directions de l’entreprise et les fournisseurs

2- Le sourcing fournisseurs et l'appel d'offres

Structuration du portefeuille achat - segmentation / catégorie

Stratégies possibles : impacts, leviers d'action, compétences

Processus de qualification et homologation des fournisseurs

Etudes de marchés

Bonnes pratiques : benchmarking, audit fournisseur, matrice décisionnelle, ...

3- Le marketing des achats

Sources du marketing achat : top down et bottom up

Les différents référentiels

Les matrices de Krajlic

Impacts fournisseurs, impacts produits / services, impacts sur l'organisation

4- Communication interpersonnelle et négociation

Se préparer aux différentes techniques et aux défis de la négociation

Etre capable de connaître les canaux de communication de l'autre

Découvrir les risques majeurs en négociation d'achats

Comprendre les situations de blocage

PÄDAGOGIK

Apports théoriques, réflexions personnelles, démonstrations, négociations en situation, études de cas d'entreprise créés et développés par les intervenants.

Adaptation des réponses aux besoins de chaque participant lors de la dernière journée.

ANFORDERUNGEN

Aucun