

HA02 « Conception et mise en œuvre d'un Marketing Achat »

• OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Initier les participants aux concepts et à la démarche de marketing achat
 - Apprendre à segmenter un portefeuille achat
 - Permettre de développer les modalités de définition d'une stratégie achat et de connaître les bonnes pratiques pour son élaboration
 - Connaître les différentes stratégies achats alternatives selon les logiques et spécificités des principaux segments du portefeuille achat.
-

• CAPACITES / COMPETENCES VISEES

- Savoir classifier son portefeuille Achat
 - Elaborer une analyse ABC de ses dépenses, cartographier ses achats
 - Déployer une Matrice de Porter
 - Déployer les différentes tactiques d'Achats sur la base de la complexité et des enjeux du portefeuille achat
 - Elaborer sa stratégie d'achat par famille sur la base des enjeux et de la complexité du marché fournisseurs
 - Définir un plan d'action d'économies d'Achats
-

• PUBLIC

- Responsables achats, Acheteurs Familles, Acheteurs Projets
 - Responsables Commerciaux, Contrôleurs de gestion
-

• PRE-REQUIS

- Cours d'introduction aux Achats
-

• MOYENS D'ENCADREMENT/RESSOURCES PEDAGOGIQUES/TECHNIQUES

- Salle équipée d'un vidéoprojecteur, Paperboard, Post It
- Apports théoriques et méthodologique
- Support pédagogique / document de synthèse / fiches « Pocket » distribuées à chaque participant
- Mise en situation des participants à l'aide de jeux de simulation, quizz, outils pédagogiques (Klaxoon)
- Questionnaire de renforcement post-formation

- Feuille d'émargement
 - Attestation de présence
-

• PROGRAMME

- Principe de segmentation stratégique d'un portefeuille Achats
 - Analyse des risques internes et externes encourus par famille d'Achat
 - Les principaux leviers Achat au service des acheteurs
 - Sourcing
 - LCC
 - Fournisseurs alternatifs
 - Partenariats
 - Pérennisation des fournitures
 - Make or Buy
 - Analyse SWOT
 - Besoin en obligation de résultats
 - Conception à coût objectif (CCO)
 - Analyse de la Valeur - Simplifier le besoin – Standardiser
 - Analyse des risques et opportunités
 - Anticiper les besoins
 - Elaboration d'une stratégie achat pour chaque segment du portefeuille de l'acheteur suivant sa particularité
 - La matrice stratégique générique
 - Les deux stratégies Achats fondamentales
-

• DATES

- Suivant le planning proposé sur notre site / A la demande pour les formations en intra-entreprise
-

• DUREE

- 2 jours
-

• LIEUX

- Paris / Mulhouse / Intra-entreprise
-

• FORMATEUR

- Jean-Claude FICHERA
-

• QUALIFICATIONS/EXPERIENCES/COMPETENCES DU FORMATEUR

- Expert en Achats et Supply Chain Management
- Directeur Achats au sein de Groupes Internationaux
- Expert en tactiques et préparations de négociation
- Coach auprès de plusieurs directeurs d'achats et directeurs commerciaux

- Formateur dans 15 écoles de commerce (ESSEC, SKEMA,...) et d'Ingénieurs (Ecole Centrale ,...)
-

- **EVALUATION CONTINUE DE LA FORMATION A CHAUD ET A FROID**

- Evaluationde la formationà chaud et à Froid à travers l'outil SCOREVAL
 - Attestation de fin de formation avec évaluation du niveau d'acquisition en-cours et à chaud par rapport aux objectifs de la formation sur base des outils suivants :
 - KLAXOON,Quiz, Brainstorming avecPost It
-

- **PERSONNALISATION DU PARCOURS PROPOSE**

- A la demande : fichera@asappconsulting.com

Copyright ASAPP CONSULTING
asappconsulting.eu