

Achats Experts

Structurer la stratégie achats et mobiliser les principaux leviers de performance

7 h	1 jour × 7 h	Intra	Présentiel	6 participants max.
1 000 € HT	par groupe			

Finalité de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable d'analyser la fonction achats de son entreprise, de segmenter son portefeuille, de structurer son sourcing et son panel fournisseurs et d'identifier les leviers d'action permettant d'améliorer durablement la performance achats.

Public, prérequis et conditions techniques

Public visé Acheteurs, responsables achats, dirigeants et toute personne impliquée dans le pilotage ou l'optimisation des achats de l'entreprise.

Prérequis Aucun prérequis spécifique. Une connaissance du fonctionnement de l'entreprise et de ses relations fournisseurs facilite la mise en pratique.

Équipement Salle adaptée au travail collectif ; vidéoprojecteur ou écran. Les participants peuvent apporter des données ou cas achats de leur entreprise pour les exercices.

Objectifs opérationnels

- Situer la fonction achats dans la stratégie de l'entreprise et mesurer son impact sur la performance et le profit.
- Segmenter les achats afin de différencier les enjeux et les stratégies à mettre en œuvre.
- Identifier les facteurs clés de succès et les principaux leviers d'une stratégie achats performante.
- Analyser les opportunités et risques liés à la sous-traitance et à l'internationalisation des achats.
- Formaliser un besoin et structurer un cahier des charges intégrant les exigences de qualité.
- Organiser le sourcing, l'analyse des marchés amont et la constitution d'un panel fournisseurs.
- Structurer l'homologation et l'évaluation des fournisseurs.
- Préparer et conduire un processus d'appel d'offres et construire un plan d'actions achats.

Positionnement et adaptation

Avant l'entrée en formation, un questionnaire et un échange avec le formateur permettent d'identifier le niveau initial, les attentes, les enjeux achats de l'entreprise et les éventuels besoins d'adaptation. Les exemples, matrices d'analyse et études de cas sont ajustés dans le respect des objectifs annoncés.

Programme détaillé

Jour 1 — Structurer et optimiser la performance achats

Séquence	Contenus et activités
1. Achats et stratégie d'entreprise	Place des achats dans la stratégie ; mondialisation et entreprise élargie ; importance de la fonction achats et impact sur le profit.
2. Segmentation des achats	Principes de segmentation ; différenciation des enjeux ; stratégies achats gagnantes et facteurs clés de succès.
3. Sous-traitance et analyse du besoin	Sous-traitance : avantages et inconvénients ; utilisation du QQQQCCP appliqué aux achats ; clarification et formalisation du besoin.
4. Cahier des charges et qualité	Construction du cahier des charges ; intégration des exigences ; principes de gestion de la qualité dans la relation fournisseur.
5. Sourcing et marchés amont	Sourcing fournisseurs ; analyse des marchés amont ; recherche et qualification des informations sur les pays et fournisseurs.
6. Panel et évaluation fournisseurs	Constitution d'un panel fournisseurs ; homologation ; critères et méthodes d'évaluation des fournisseurs.
7. Internationalisation des achats	QQQQCCP de l'internationalisation ; identification des opportunités, contraintes et risques associés.
8. Processus d'appel d'offres	Préparation, consultation, analyse et comparaison des offres ; critères de choix et sécurisation de la décision.
9. Leviers d'action achats	Identification et hiérarchisation des principaux leviers d'optimisation ; construction d'un plan d'actions adapté à l'entreprise.
Mise en situation finale	Application des grilles et matrices d'analyse à un cas réel ou reconstitué de l'entreprise et restitution des priorités d'action.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Apports théoriques ciblés, échanges et retours d'expérience à partir des problématiques achats des participants.
- Études de cas, grilles et matrices d'analyse, exercices pratiques et application sur des cas de l'entreprise.
- Support de formation et ressources utiles remis aux participants ; accompagnement par un formateur consultant expérimenté.

Suivi et évaluation des acquis

Avant Questionnaire de positionnement et recueil des attentes.

Pendant Questions, exercices pratiques, analyses de cas et utilisation de grilles ou matrices avec corrections du formateur.

Fin Mise en situation : analyser une problématique achats et proposer un plan d'actions argumenté ; questionnaire de vérification des connaissances.

Après Évaluation de satisfaction à chaud et bilan avec le commanditaire, le cas échéant.

Validation et reconnaissance

Une attestation individuelle de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action est remise au participant. Cette formation est non certifiante : elle ne délivre ni diplôme, ni titre, ni bloc de compétences, ni équivalence, passerelle ou droit automatique à une poursuite d'études.

Modalités d'accès, financement et handicap

Accès — Demande auprès de N4C, analyse du besoin, proposition puis convention ou contrat. Réponse sous 48 heures ouvrées ; démarrage indicatif sous 60 jours ouvrés après accord, selon disponibilités.

Financement — Financement direct par l'entreprise ou le bénéficiaire. Une prise en charge par un OPCO peut être sollicitée selon ses règles et sous réserve de son accord préalable. La formation n'est pas annoncée comme éligible au CPF.

Handicap — N4C étudie en amont les besoins d'aménagement pédagogique, matériel, organisationnel ou de rythme et, si nécessaire, recherche une solution avec des partenaires spécialisés. Contact : td@n4c.fr – 06 76 39 70 31.

Transparence des résultats — Les indicateurs de résultats disponibles et leurs modalités de calcul sont communiqués dans les informations publiques de N4C. Ils sont actualisés à partir des formations effectivement réalisées.