

## Les trente leviers d'économie en Achat

<p><b>Objectifs :</b> Savoir dissocier les différents types de spécifications et les remettre en cause. Connaître tous les leviers qui sont des méthodes, outils ou études. Appréhender les moyens pour valoriser la fonction Achat. Dégager et mesurer des économies sur les Achats. Utiliser à bon escient les différents leviers au service des Achats. Mettre en avant la fonction Achat comme levier d'économie pour l'entreprise.</p>	<p><b>Personnes concernées</b> Acheteurs professionnels ou occasionnels. <b>Pré requis :</b> aucun</p>
<p><b>PROGRAMME</b></p>	<p><b>PEDAGOGIE</b></p>
<p><i>Il est maintenant reconnu que les Achats sont la principale source d'amélioration de la marge brute de l'entreprise. Les acheteurs au sens large sont maintenant de vrais professionnels. Il est donc nécessaire de donner aux acteurs du processus Achats les leviers pour réaliser ces économies : ce sont des méthodes comme l'Analyse de la Valeur, des outils comme les benchmarking ou des études de type faire ou faire faire. Ce stage a pour mérite de présenter une synthèse globale de ses leviers et les moyens de mesure afférents.</i></p> <p><b>~ Définition des Achats et le poids des Achats</b> <i>Il est rappelé une définition des achats selon 3 paramètres Coût, Qualité, Criticité et des ordres de grandeur dans différents secteurs industriels.</i></p> <p><b>~ Rappel des principales phases du processus Achat</b></p> <p><b>~ Présentation des définitions des termes clef en Achat</b> <i>Besoin / Fonction / Qualité / Critères</i></p> <p><b>~ Définition de la notion de leviers et des typologies de présentation</b> <i>Moyens, sous la responsabilité de l'Acheteur, qui permettent d'obtenir directement ou indirectement des économies sur les achats. Les leviers peuvent être classés selon différentes typologies :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Les <b>DOMAINES</b> dans lesquels ils agissent             <ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Entreprises/fournisseurs</li> <li>✗ Cahiers des charges</li> <li>✗ Processus et organisation</li> </ul> </li> <li>+ La <b>PHASE</b> du processus achat qui est concernée en premier             <ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Amont</li> <li>✗ Cahier des Charges</li> <li>✗ Négociation</li> <li>✗ Contrat et Suivi</li> </ul> </li> <li>+ L'<b>OBJECTIF</b> recherché             <ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Réaliser des économies directes : (EF = économies financières / ET = économies en temps)</li> <li>✗ Favoriser la mise en place d'autres leviers (L)</li> </ul> </li> <li>+ La <b>NATURE</b> du levier             <ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Une méthode (M)</li> <li>✗ Un outil (O)</li> <li>✗ Une action ou études (A)</li> </ul> </li> <li>+ La <b>REACTIVITE</b> du levier             <ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Cela exprime aussi bien la facilité de mise en place que la rapidité d'impact sur l'entreprise</li> <li>✗ La typologie n'est qu'une présentation ce qui est à prendre en compte ce sont la nature des leviers</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Le Formateur</b> Spécialiste des achats</p> <p><b>Méthodes pédagogiques</b></p>  <p>Des exposés didactiques simples (30 % du temps), Des études de cas sur des thèmes apportés par les participants (50 % du temps), Des exposés sur tous les thèmes environnants qui précisent les modalités d'application (20 % du temps). Un classeur les leviers avec les synthèses des modalités d'application, Un rapport de stage sur les exemples traités dont un cahier des charges complet et opérationnel.</p> <p><b>Modalités d'évaluation</b> Tests de contrôle des connaissances à l'aide de QCM.</p> <p><b>Intra entreprise</b> Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><b>Inter entreprises</b> Tarif par personne</p> <hr/> <p style="text-align: center;"><b>2 jours</b></p> <hr/> <p style="text-align: center;"><b>1 150 €</b></p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : AC092</p>

### ~ Les leviers de type I

- + Mise en place de familles Achats et fichier entreprise
- + Définition d'une typologie des Achats (classification de type ABC) et hiérarchisation des achats selon trois paramètres : montant en jeu, récurrence, criticité
- + Optimisation du nombre de fournisseurs
- + Mise en place de benchmarking
- + Externalisation
- + Mise en concurrence organisée
- + Planification des achats
- + Globalisation (bonne définition quantités), regroupement sous forme de « contrat cadre »
- + Suivi des entreprises
- + Transfert d'activité chez fournisseur

### ~ Les leviers de type II

- + Intégration du responsable Achat dès le début analyse du besoin (groupe projet)
- + Diminution des spécifications et contraintes (fonctions spécifiées) en
  - x posant les questions sur les raisons
  - x faisant valider les critères quantitatifs
  - x vérifiant si pas de cumul des marges de sécurité
  - x vérifiant si cohérence en regard marché (problème de la standardisation)
  - x vérifiant si cohérence en regard de l'ensemble du projet
  - x demandant des fourchettes de prix
  - x demandes de variantes
- + Analyse du détail des offres financières / élaboration d'un coût de comparaison
- + Formulation du besoin sous la forme de Cahier des Charges le plus fonctionnel possible et précision du rôle de du responsable Achat
- + Réalisation d'études fondée sur la méthode Analyse de la Valeur
- + Mise en place de démarche de Progrès en consultation (fonction Progrès)
- + Mise en place de démarche de Progrès en cours de contrat
- + Utilisation de la Cotation fonctionnelle
- + Utilisation d'un tableur TER
- + Mise en place d'une politique de Négociation

### ~ Les leviers de type III

- + Mise en place de structures spécifiques (acheteur projet / acheteur famille)
- + Analyse des processus
- + Simplification des processus et procédures
- + Coordination et groupement des achats avec autres entités
- + Standardisation des documents dont les cahiers des charges
- + Formulation d'une liste des achats récurrents dans chaque unité, dans l'entreprise
- + Mise en place de relevés activités acheteurs
- + Utilisation d'Internet
- + Optimisation de la gestion des stocks
- + Mise en place de mesure de performance « matrice des leviers » et de plans d'actions

### ~ Les Plans Action Individuelles PAI

Organisme de formation PROFORMALYS – Formation Achats partout en France

Tél. : 01 48 74 29 45 - Mail : [contact@proformalys.com](mailto:contact@proformalys.com) - Fax : 01 48 74 39 98  
Toutes les formations Achats de notre organisme de formation sur [www.proformalys.com](http://www.proformalys.com)