

ProFormalys

Formation, Conseil, Recrutement, Coaching, Suivi...

...développement commercial France et International, organisation, conduite de changement ...

**Achats, Logistique
Approvisionnement**

PROFORMALYS

GROUPE PROFORMALYS

**Notre philosophie : permettre aux hommes et aux femmes
d'aujourd'hui de donner le meilleur d'eux-mêmes
dans une Entreprise prospère**



www.proformalys.com

Tél. : 01 48 74 29 45 – contact@proformalys.com – Fax : 01 48 74 39 98



Paris : 94, rue Saint-Lazare 75009 PARIS

Lyon : 27, rue de la Villette 69003 LYON

Lille : 229, rue de Solferino 59000 LILLE

Paris, France

Copyright© ProFormalys 2011

Groupe ProFormalys

Thèmes de stages

SEMINAIRE Achats - *3 jours* page **5**

GESTION COMMERCIALE DES ACHATS

Evaluation des fournisseurs, prestataires et sous-traitants - <i>2 jours</i>	page 7
Sensibilisation aux Achats - <i>2 jours</i>	page 8
La négociation d'Achat - <i>3 jours</i>	page 9
Marketing Achats - <i>3 jours</i>	page 10
Le suivi qualité des fournisseurs - l'ISO 9000 - <i>1 jour</i>	page 11
Process survey ou "audit de process" - <i>2 jours</i>	page 12
Politique de sélection des fournisseurs - <i>1 jour</i>	page 13
Mettre en place le marketing Achats - <i>1 jour</i>	page 14
Analyse des offres et choix des fournisseurs - <i>2 jours</i>	page 15

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Planifier la réduction des coûts - <i>1 jour</i>	page 16
Le processus Achat: une pratique en 4 phases - <i>4 jours</i>	page 17
E-procurement - <i>1 jour</i>	page 18
Savoir négocier avec des bénéficiaires Acheteur/Vendeur - <i>2 jours</i>	page 19
Entraînez vos négociateurs - <i>2 jours</i>	page 20
Préparation à la négociation - <i>2 jours</i>	page 21
Maîtrisez les techniques de négociation Achats - <i>3 jours</i>	page 22
Savoir analyser la structure des coûts - <i>2 jours</i>	page 23
Formation pratique aux achats - <i>3 jours</i>	page 24
Initiation: le B.A=BA des Achats professionnels - <i>2 jours</i>	page 25
Mise en place des réductions des coûts Achats - <i>2 jours</i>	page 26
Informatisation des Achats - <i>1 jour</i>	page 27
Entraînez vos acheteurs à réduire les coûts - <i>2 jours</i>	page 28
Les trente leviers d'économie en Achat - <i>3 jours</i>	page 29

COMMERCE INTERNATIONAL A L'ACHAT

Acheter à l'étranger - <i>2 jours</i>	page 31
Maîtrisez les achats internationaux - <i>2 jours</i>	page 32
Les incoterms - <i>2 jours</i>	page 33



ACHATS SPECIFIQUES

Acheteur Chef de Produit Textile / Habillement - <i>4 jours</i>	page 34
Acheteur de prestations intellectuelles - <i>2 jours</i>	page 36
Achats publics - <i>2 jours</i>	page 37
Négociation dans les marchés publics - <i>2 jours</i>	page 38
Optimiser vos frais professionnels / maîtriser votre budget voyages - <i>2 jours</i>	page 40
Achats d'énergies - <i>3 jours</i>	page 43
Maîtrisez vos coûts de services généraux - <i>2 jours</i>	page 44
Achats de sous-traitance – Choisir et gérer ses sous-traitants - <i>2 jours</i>	page 45

APPROVISIONNEMENTS, LOGISTIQUE

Mettre en place les approvisionnements - <i>2 jours</i>	page 46
Sécuriser ses approvisionnements industriels - <i>2 jours</i>	page 47
Maîtrisez ses approvisionnements - <i>2 jours</i>	page 48

INGENIERIE SYSTEME

Soutien Logistique Intégré – <i>3 jours</i>	page 49
---------------------------------------------	----------------

JURIDIQUE

Aspects juridiques des Achats – <i>2 jours</i>	page 50
Formation juridique des Acheteurs – <i>3 jours</i>	page 51
Les aspects juridiques et contractuels des Achats – <i>2 jours</i>	page 52
Formation juridique initiale des Acheteurs – <i>1 jour</i>	page 54



Séminaire Achats

L'achat des produits et des services est une part très significative du résultat d'un projet ou d'une affaire. Ce séminaire de trois jours présente, à partir de cas concrets et de travaux de groupe, des méthodes et outils performants en vue d'optimiser les coûts, les délais et la qualité des achats. L'acheteur découvrira la mentalité des vendeurs et leurs techniques de vente pour approcher et convaincre les clients. Il apprendra une méthode simple, sûre et éprouvée de préparation et de conduite des entretiens de négociation d'achat.

① La fonction

« achat » et ses enjeux

- ✓ Le rôle fondamental de l'achat dans le résultat économique
- ✓ La notion de marché et les moyens d'appréhender le marché
- ✓ Pourquoi réduire les coûts ?

② Comment optimiser ses achats ?

- ✓ Collecte de l'information et techniques de consultation
- ✓ Comprendre le marché
- ✓ Ce qui doit rester confidentiel
- ✓ Relation dans la durée – Anticipation des besoins – Globalisation
- ✓ Obtenir plus de services

③ Comment font-ils pour vendre ?

- ✓ Motivations
- ✓ Techniques comportementales et de communication
- ✓ Techniques de vente

④ Comment mieux négocier avec les vendeurs ?

- ✓ Evaluer son niveau et son style de négociation
- ✓ Préparer une négociation
- ✓ Conduire une négociation
- ✓ Les arguments - Les objections - Les contreparties
- ✓ Analyser la négociation

⑤ Méthodologie et outils des acheteurs

- ✓ Méthode de planification pour un produit existant
- ✓ Le cas idéal : planifier les coûts pour un produit à venir
- ✓ Comment appliquer la réduction des coûts ?
- ✓ Sources de gaspillage : vingt pistes de réduction des coûts
- ✓ La maîtrise des données d'achats
- ✓ La sélection des fournisseurs, prestataires et sous-traitants
- ✓ L'évaluation des fournisseurs

⑥ Quelques aspects juridiques des achats

- ✓ Les principes fondamentaux du droit des contrats et des obligations
- ✓ La structure juridique des fournisseurs
- ✓ Le paiement et les aspects financiers
- ✓ Le transport et la livraison
- ✓ Notions essentielles sur la propriété industrielle et le droit de la concurrence
- ✓ Les contrats spécifiques : partenariat, développement, franchise, transfert, sous-traitance, marchandage et prêt de main d'œuvre
- ✓ Les contrats à risques (travaux, transport et informatique)
- ✓ Les contrats internationaux, les risques spécifiques de l'international et les procédures douanières
- ✓ La gestion des conflits, le non-respect du contrat, les litiges, la rupture, le contentieux



ProFormalys PARIS

5, rue Fénelon

75010 PARIS

Tél. : 01 48 74 29 45

Fax : 01 48 74 39 98

contact@proformalys.com

www.proformalys.com

DUREE : 3 jours


PRIX : 1 390 €HT
(1 662,44 €TTC)

-
- ✚ *D'autres thèmes peuvent être développés à la demande ;*
 - ✚ *Devis gratuit sous 48 heures ;*
 - ✚ *Tous les stages se font en inter entreprises et en intra entreprises ;*
 - ✚ *Ils se déroulent dans nos locaux (Paris, Lyon, Lille) ou dans les vôtres ;*
 - ✚ *N'hésitez pas à nous demander un rendez-vous sans engagement de votre part.*

Proformalys est une société du Groupe Proformalys

GESTION COMMERCIALE DES ACHATS


Evaluation des fournisseurs, prestataires et sous-traitants

<p>Objectif : Comprendre le rôle de l'évaluation des fournisseurs dans l'obtention de la Qualité des produits, matières, composants et services. Mettre en évidence les bénéfices pour une société industrielle lorsque ses acheteurs s'appuient sur un panel de fournisseurs de haut niveau. Découvrir un processus d'évaluation au sens large, intégré dans le cycle complet des achats industriels.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u></p> <p>Responsables d'achats et responsables Qualité, en entreprise, chargés de la présélection, de l'agrément et/ou de l'évaluation de fournisseurs, prestataires et sous-traitants.</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Journée 1 – En amont des livraisons</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Présentation et rappels sur la mission des achats ○ Le cycle complet des achats et le processus d'évaluation ○ Techniques de présélection des fournisseurs <ul style="list-style-type: none"> ❖ Critères et outils de présélection ❖ Questionnaires, Renseignements financiers, La "radioscopie" ○ Techniques liées à l'homologation du couple produit / fournisseur ○ Techniques d'évaluation des offres reçues <p>Journée 2 – En aval des livraisons</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Retour d'expériences vécues depuis la phase 1 ○ Partages et approfondissements ○ Techniques de mesure de la performance du fournisseur à la livraison ou à la fin de la prestation de service ○ Méthodes d'évaluation périodique (Notation / scoring) et critères à retenir ○ Pratiques des audits de fournisseurs, soit à titre de présélection, soit à titre de suivi / confirmation - ○ Plans de progrès avec les fournisseurs ○ Gestion du panel des fournisseurs 	<p>Le Formateur</p> <p>Ancien responsable Achats.</p> <p>Parcours pédagogique</p>  <p>Avant la session, un dossier de réflexion est proposé aux futurs participants Présentation/ animation avec PowerPoint Exemples concrets Travaux de groupes</p> <p>Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif Inter entreprise par personne</p> <hr/> <p>2 jours</p> <hr/> <p>950 €</p> <hr/> <p>Réf : AC001</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

GESTION COMMERCIALE DES ACHATS

Sensibilisation aux Achats

<p>Objectif : Comprendre que l'achat des produits et des services est une part très significative du résultat d'une entreprise. Découvrir la mentalité des vendeurs et de leurs techniques de vente pour approcher et convaincre les clients. Donner aux acheteurs occasionnels des moyens simples et efficaces pour optimiser leurs relations commerciales. Connaître une méthode sûre et éprouvée de préparation et de conduite des entretiens de négociation d'achat.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u></p> <p>Acheteurs occasionnels et collaborateurs. Responsables d'affaires ou de chantiers chargés de la recherche, de la sélection et du suivi des fournisseurs ou sous-traitants.</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Journée 1 : Concepts généraux</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Concepts généraux et rappels fondamentaux sur l'achat industriel : le rôle fondamental de l'achat dans le résultat économique, les enjeux, les objectifs d'achat ○ La notion de marché et les moyens d'appréhender le marché (l'offre et la demande) ○ Comment optimiser l'achat ? la relation avec les fournisseurs ? la négociation ? <ul style="list-style-type: none"> ❖ Collecte de l'information et techniques de consultation ❖ Comprendre le marché ❖ Ce qui doit rester confidentiel ❖ Relation dans la durée – Anticipation des besoins – Globalisation ❖ Obtenir plus de services ○ Connaître et comprendre les vendeurs <ul style="list-style-type: none"> ❖ Motivations ❖ Techniques comportementales et de communication ❖ Techniques de vente ○ Conduite d'une négociation <ul style="list-style-type: none"> ❖ Les conditions pour réussir une négociation d'achat ❖ La phase de préparation d'un entretien ❖ La méthode des 4 X C pour conduire un entretien ❖ Les arguments, les objections, les contreparties ○ Exemples vécus, partages d'expériences entre les participants <p>Journée 2 : Mise en application</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Approfondissement sur le thème de la négociation ○ Approfondissement sur les aspects juridiques liés aux contrats de services (sous-traitance) 	<p>Le Formateur</p> <p>Ancien responsable Achats.</p> <p>Parcours pédagogique</p>  <p>Avant la session, un dossier de réflexion est proposé aux futurs participants Présentation/ animation avec PowerPoint Exemples concrets Travaux de groupes</p> <p>Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif Inter entreprise par personne</p> <hr/> <p>2 jours</p> <hr/> <p>950 €</p> <hr/> <p>Réf : AC002</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France



GESTION COMMERCIALE DES ACHATS

La négociation d'Achat

<p>Objectif : Savoir préparer et conduire une négociation en fonction des besoins de son entreprise, du marché et des fournisseurs sélectionnés.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Acheteurs professionnels ou occasionnels.</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Savoir évaluer son niveau et son style de négociation</p> <p>Auto - diagnostic par deux tests individuels :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Quel est mon niveau de négociation ? ✚ Quel type d'acheteur suis-je ? <p>Savoir préparer une négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Analyser le contexte : le marché, les produits/services, les fournisseurs ✚ Identifier ses forces, ses faiblesses et celles du fournisseur ✚ Déterminer la stratégie de négociation la plus adéquate ✚ Se fixer des objectifs précis et mesurables ✚ Bâtir l'argumentaire <p>Savoir conduire une négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Disposer d'un outil pour identifier le profil de son interlocuteur (Analyse transactionnelle ou Process Communication) ✚ Accueillir son interlocuteur ✚ Introduire l'entretien ✚ Dérouler la négociation en utilisant les techniques de communication appropriées <ul style="list-style-type: none"> ❖ Questions ❖ Reformulation ❖ Ecoute active ❖ Silences ❖ Gestes et attitudes ✚ Conclure l'entretien ✚ Quelques cas particuliers : <ul style="list-style-type: none"> ❖ Dénouer les points de blocage et désamorcer les situations tendues ❖ Négocier à plusieurs ❖ Négocier avec un fournisseur référencé ❖ Négocier avec un nouveau fournisseur <p>Savoir analyser la négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Analyser le résultat obtenu par rapport aux objectifs fixés <p>Faire le compte-rendu de la négociation en interne et en externe</p>	<p>Le Formateur</p> <p>Formateur expérimenté avec une longue expérience dans le domaine des achats.</p> <p>Parcours pédagogique</p> <p>Cas concrets avec travaux en sous-groupes, exposés vivants, participation active des participants, jeux de rôle et tests.</p> <p>Ce stage peut être suivi par un accompagnement Coaching Individuel. Coaching d'équipe.</p> <p>Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif Inter entreprise par personne</p> <hr/> <p>3 jours</p> <hr/> <p>1 290 €</p> <hr/> <p>Réf : AC003</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

**GESTION COMMERCIALE DES ACHATS****Le marketing Achat**

Objectif : Savoir définir et appliquer une stratégie de marketing achat : étudier les besoins en interne, trouver et analyser le marché fournisseurs le plus adapté aux besoins, définir le Mix Achats : Prix, Produit, Marché, Communication, suivre le plan d'action.	Personnes concernées : Acheteurs professionnels. Responsables Achats.
PROGRAMME	Pré requis : Aucun
Qu'est-ce-que le marketing Achat ? <ul style="list-style-type: none">✚ L'évolution de la fonction d'acheteur et la naissance du marketing Achats✚ Le rôle du Marketing amont✚ Les points à aborder dans la définition de sa stratégie de Marketing Achats✚ Les principales étapes du marketing achat	PEDAGOGIE
Savoir classifier ses Achats <ul style="list-style-type: none">✚ Identifier les différents critères de classification✚ Classifier son portefeuille de la manière la plus pertinente	Le Formateur Formateur expérimenté avec une longue expérience dans le domaine des achats.
Savoir analyser les besoins de l'entreprise <ul style="list-style-type: none">✚ Connaître l'évolution des besoins dans le temps✚ Identifier la filière produit✚ Se poser les bonnes questions	Parcours pédagogique Cas concrets avec travaux en sous-groupes, exposés vivants, participation active des participants, jeux de rôle et tests.
Savoir analyser le marché <ul style="list-style-type: none">✚ Identifier les différents types de marché et les limites d'accès✚ Déterminer son poids sur le marché✚ Rassembler les informations sur le marché en interne et en externe	Ce stage peut être suivi par un accompagnement Coaching Individuel. Coaching d'équipe.
Savoir faire le diagnostic de la situation <ul style="list-style-type: none">✚ Identifier et évaluer les contraintes à l'achat en interne et en externe✚ Evaluer les risques	Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.
Savoir définir le Mix Achat <ul style="list-style-type: none">✚ Définir le Prix✚ Garantir l'adéquation Besoin/Produit : rôle et outils de l'acheteur✚ Choisir le Marché✚ Communiquer en interne et en externe	Tarif Inter entreprise par personne
Savoir suivre son plan d'action marketing Achat <ul style="list-style-type: none">✚ Construire le dossier de Marketing achat✚ La mesure des performances des fournisseurs retenus✚ La veille concurrentielle, une nécessité	3 jours
	1 290 €
	Réf : AC009

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

GESTION COMMERCIALE DES ACHATS


Le suivi qualité des fournisseurs – L'ISO 9000

<p>Objectif : Fournir les règles permettant la mise en place de l'ISO 9000 dans le périmètre achats. Savoir déterminer les procédures, indicateurs et enregistrements à mettre en place.</p>	<p>Personnes concernées Acheteurs et acteurs qualité.</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Pré requis : aucun.</p>
<p>➤ La norme ISO 9000: présentation générale</p> <p>➤ Les besoins spécifiques aux achats</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Maîtrise des données d'achats ✚ Sélection des fournisseurs ✚ Evaluation et suivi ✚ Traitement des non conformités ✚ Traitement des changements techniques ✚ Maîtrise des processus <p>➤ La mise en œuvre</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Maîtrise des données d'achats et changements techniques (y compris gestion des données confidentielles) ✚ Sélection des fournisseurs, exemples de démarches ✚ Suivi des fournisseurs, exemples d'indicateurs ✚ La synthèse: Maîtrise des processus 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Spécialiste des Achats.</p> <p>Méthode pédagogique Présentation et animation par un professionnel des achats En lancement de réunion: question aux élèves sur leurs parcours et problématiques spécifiques Guide visuel: présentation Powerpoint sur écran informatique Support aux participants: support de cours, bibliographie, liste de sites Internet Exercices: Revue autour des cas vécus par les élèves.</p> <p><u>Intra entreprise</u> Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><u>Inter entreprise</u> Tarif par personne</p> <hr/> <p style="text-align: center;">1 jour</p> <hr/> <p style="text-align: center;">490 €</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : AC010</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

GESTION COMMERCIALE DES ACHATS

**Process survey ou « Audit de process »
Une technique à la disposition des acheteurs
dans le cadre de l'évaluation de leurs fournisseurs**

<p>Objectif : Comprendre le rôle de l'évaluation des fournisseurs et de leur process dans l'obtention de la Qualité des produits, matières, composants et services. Savoir conduire, en binôme, un audit de process. Savoir recueillir l'information utile pour s'assurer de la fiabilité du fournisseur audité, de la qualité de ses produits et de ses méthodes de production.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u></p> <p>Responsables d'achats et responsables Qualité, en entreprise, chargés de la présélection, de l'agrément et/ou de l'évaluation de fournisseurs, prestataires et sous-traitants.</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Phase 1 : une journée</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Objectifs des audits de process, et objectif spécifique de chaque audit (y compris sécurité, environnement) ○ Préparation d'un audit ○ Les pré-requis pour réussir un audit de process ○ Techniques de conduite d'un audit de process <ul style="list-style-type: none"> ❖ Thèmes abordés dans audit : (outil des 6 M) ❖ Collecte de preuves sur faits concrets ❖ Choix de critères et "indicateurs de performance" ❖ Techniques de scoring et mesure de la performance ❖ Axes de développement du fournisseur / progrès continu ○ Comportement de l'auditeur et techniques de questionnement <p>Phase 2 ou intersession (environ 3 semaines), au cours de laquelle les participants effectueront au moins un audit de process, en binôme (acheteur + technicien)</p> <p>Phase 3 : une journée</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Retour d'expériences vécues dans l'intersession ○ Partages et approfondissements ○ Comment assurer le suivi des audits de process ○ Thèmes complémentaires à l'audit de process: analyse financière, pérennité des fournisseurs, qualité, processus administratifs ○ Décisions d'actions, et engagements 	<p>Le Formateur</p> <p>Ancien responsable Achats.</p> <p>Parcours pédagogique</p>  <p>Avant la session, un dossier de réflexion est proposé aux futurs participants Présentation/ animation avec PowerPoint Exemples concrets Travaux de groupes</p> <p>Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif Inter entreprise par personne</p> <hr/> <p align="center">2 jours</p> <hr/> <p align="center">950 €</p> <hr/> <p align="center">Réf : AC013</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

Tél. : 01 48 74 29 45 - Mail : contact@proformalys.com - Fax : 01 48 74 39 98
Adresse : 94, rue Saint-Lazare 75009 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com

GESTION COMMERCIALE DES ACHATS

Politique de sélection des fournisseurs

<p>Objectif : Expliciter l'importance de la sélection des fournisseurs en amont de tout projet. Fournir des outils d'analyse pour déterminer les critères de choix des fournisseurs, leur nombre, les performances attendues et vérifier a priori que le fournisseur saura atteindre les résultats recherchés. Acquérir une vision tactique et stratégique de la relation fournisseur et auditer le fournisseur par rapport à ses attentes.</p>	<p>Personnes concernées Acheteurs, qualitateurs en charge des fournisseurs, responsables de développements et projets</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Pré requis : aucun</p>
<p>🔧 La nécessité de la sélection des fournisseurs</p> <ul style="list-style-type: none"> 🔧 Recherche de l'efficacité 🔧 ISO 9000 <p>🔧 Les éléments de choix</p> <ul style="list-style-type: none"> 🔧 Le besoin interne 🔧 Le métier du fournisseur 🔧 La compétitivité 🔧 La logistique 🔧 La qualité 🔧 Le service 🔧 La solidité financière 🔧 Lutter contre l'opportunisme 🔧 La relation stratégique: poids relatif des partenaires, nombre de fournisseurs, opportunisme ou relation au long terme... 🔧 Les méthodes de recherche de fournisseur <p>🔧 Les méthodes d'enquêtes et de validation</p> <ul style="list-style-type: none"> 🔧 Questionnaires aux fournisseurs 🔧 Preuves de l'aptitude industrielle 🔧 Renseignements financiers 🔧 Audits de site 🔧 Audit du système qualité 🔧 Alternatives à l'audit de site <p>🔧 Les plans d'amélioration</p> <ul style="list-style-type: none"> 🔧 Plan préventif 🔧 Plan continu 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Spécialiste des Achats</p> <p>Méthode pédagogique</p> <p>Présentation et animation par un professionnel des achats En lancement de réunion: question aux élèves sur leurs parcours et problématiques spécifiques Guide visuel: présentation Powerpoint sur écran informatique Support aux participants: support de cours, bibliographie, liste de sites Internet Exercices: Face à deux cas proposés, élaborer un plan d'action. Lecture de documents fournis par des fournisseurs (réels ou non): offres de prix, plaquettes de présentation, photos d'ateliers et critiques.</p> <p><u>Intra entreprise</u> Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><u>Inter entreprise</u> Tarif par personne</p> <hr/> <p>1 jour</p> <hr/> <p>490 €</p> <hr/> <p>Réf : AC079</p>

GESTION COMMERCIALE DES ACHATS

Mettre en place le marketing Achats


<p>Objectif : Acquérir les éléments théoriques et pratiques permettant la mise en place de la fonction dans l'entreprise. Savoir déterminer si la mise en place du marketing achats est souhaitable dans son entreprise, et si oui, des conditions de la mise en œuvre.</p>	<p>Personnes concernées Responsables d'achats et membres de la Direction Générale</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Pré requis : aucun</p>
<p>➤ Définition du marketing achats</p> <p>➤ Utilité du marketing achats</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les trois échelles de temps dans l'entreprise <ul style="list-style-type: none"> ❖ Prospective ❖ Développement ❖ Vente ✚ La double nécessité de prévoir <ul style="list-style-type: none"> ❖ Vérifier les disponibilités ❖ Détecter les opportunités ✚ Marketing achats PUSH et PULL. Besoins exprimés et besoins cachés <p>➤ Activité du marketing achats</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Vérification des disponibilités: recenser les besoins futurs de l'entreprise, la déclinaison en achats, la prospection ciblée ✚ Détection des opportunités <ul style="list-style-type: none"> ❖ Veille ❖ Benchmarking ❖ Analyse de produits concurrents ✚ Modes de communication et mise en oeuvre des informations en interne (comment intéresser les acteurs à une vision long terme) <p>➤ Places possibles du Marketing achats dans l'entreprise</p> <p>➤ Les informations apportées par le marketing achats</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Au niveau des concurrents ✚ Au niveau des technologies ✚ Au niveau des coûts ✚ Au niveau des approvisionnements 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Spécialiste des Achats</p> <p>Méthode pédagogique Présentation et animation par un professionnel des achats En lancement de réunion: question aux élèves sur leurs parcours et problématiques spécifiques Guide visuel: présentation Powerpoint sur écran informatique Support aux participants: support de cours, bibliographie, liste de sites Internet Exercices: Etude de cas, et proposition des élèves sur les solutions qu'ils apporteraient.</p> <p><u>Intra entreprise</u> Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><u>Inter entreprise</u> Tarif par personne</p> <hr/> <p>1 jour</p> <hr/> <p>490 €</p> <hr/> <p>Réf : AC087</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

GESTION COMMERCIALE DES ACHATS

Analyse des offres et choix des fournisseurs

Détermination de l'offre économiquement la plus avantageuse

<p>Objectif : Comprendre comment comparer des offres de fournisseurs sur d'autres critères que le seul critère de prix. Découvrir plusieurs méthodes de comparaison et de décision multicritères</p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Responsables d'achats et responsables Qualité, en entreprise, chargés de la présélection, de l'agrément et/ou de l'évaluation de fournisseurs, prestataires et sous-traitants.</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>PHASE 1 – La consultation</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les divers types de consultation des fournisseurs <ul style="list-style-type: none"> ➤ La consultation dans le processus d'achat ➤ La mise en concurrence, une des stratégies d'achat ➤ Contenu et forme des consultations ➤ Mise en place de procédures adaptées ✚ La réception des offres des fournisseurs <p>PHASE 2 – La comparaison</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les divers types de tableaux de comparaison des offres <ul style="list-style-type: none"> ➤ Objectifs ➤ Exemples ✚ La notion de coût global pour le client <ul style="list-style-type: none"> ➤ Définition et notions voisines ou synonymes ➤ Les composantes du coût global ✚ Techniques d'évaluations multicritères des offres <ul style="list-style-type: none"> ➤ Détermination des critères, les pondérations ➤ Définition de la "Best total value" ➤ Méthodologie de comparaison en 7 étapes ➤ Autres méthodes : Monétarisation / Méthode "Electre" ✚ Méthodes financières : DCF et NPV ✚ Quelques cas spécifiques de comparaison difficile ✚ Les acteurs de la comparaison des offres / Les décideurs <p>PHASE 3 – La décision</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les étapes de la décision <ul style="list-style-type: none"> ➤ Négociation ➤ Décision classique / Décisions influencées ➤ Traçabilité de la décision : la notion de "Note de choix" 	<p>Le Formateur Ancien responsable Achats.</p> <p>Parcours pédagogique</p>  <p>Avant la session, un dossier de réflexion est proposé aux futurs participants Présentation/ animation avec PowerPoint Exemples concrets Travaux de groupes</p> <p>Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif Inter entreprise par personne</p> <p style="text-align: center;">2 jours</p> <p style="text-align: center;">950 €</p> <p style="text-align: center;">Réf : AC034</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Planifier la réduction des coûts

<p>Objectif : Clarifier le rôle dans le temps des différentes fonctions, notamment développement et achats. Etablir le calendrier et la méthodologie permettant de maîtriser (c'est-à-dire prévoir) totalement la réduction des coûts du pré projet à la fin de vie de produit. Savoir auditer son processus achats, détecter les points à améliorer, établir le planning de réduction des coûts et associer les autres fonctions de l'entreprise à l'activité de Réduction des Coûts.</p>	<p>Personnes concernées Acheteurs, financiers, membres de direction générale ou équipe projet impliqués dans les coûts de produits ou projets</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Pré requis : aucun</p>
<p>Pourquoi la réduction des coûts doit-elle être planifiée?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ La décroissance régulière des coûts industriels ○ L'efficacité décroissante de la négociation dans la vie du produit <p>Méthode de planification pour un produit existant</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Etablissement d'un objectif global de réduction des coûts ○ Décomposition du produit ○ Estimation des gains potentiels par pièces (comment connaître le meilleur prix pour un composant?) ○ Etablissement des priorités: gains immédiats, gains importants ○ Etablissement du plan d'action. Rebouclage avec l'objectif initial <p>Comment appliquer les réductions de coût?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ L'outil de suivi ○ Comment vaincre inerties et réticences dans l'entreprise: exemplarité, implication, offres mutuelles <p>Le cas idéal: planification des coûts pour un produit à venir</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Etablissement du plan de vente par le marketing ○ Etablissement du prix d'achat, et du bénéfice prévu ○ Conception à Coût Objectif (CCO, ou Design to Cost) ○ Les quatre étapes de la baisse de coût: design, choix de fournisseur, relifting, négociation continue <p>Sources de gaspillage : 20 pistes de réduction des coûts</p>	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Spécialiste des Achats</p> <p>Méthode pédagogique Présentation et animation par un professionnel des achats. En lancement de réunion: question aux élèves sur leurs parcours et problématiques spécifiques Guide visuel: présentation Powerpoint sur écran informatique Support aux participants: support de cours, bibliographie, liste de sites Internet Exercices: deux cas proposés pour lesquels les élèves déterminent la situation existante, et la démarche à appliquer.</p> <p>Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Inter entreprise Tarif par personne</p> <hr/> <p>1 jour</p> <hr/> <p>490 €</p> <hr/> <p>Réf : AC023</p>

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Le processus Achat : une pratique en 4 phases

<p>Objectif : Acquérir, collecter et mettre en application des matrices d'outils opérationnels utilisables au quotidien dans le processus achat.</p>	<p>Personnes concernées</p> <p>Toute personne ayant en charge la gestion d'une unité de profit en grande distribution devant acquérir les principes pratiques de cette gestion commerciale</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Phase 1: Structurer l'acte d'achat</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Préparer l'achat: qualifier et calibrer les besoins ✚ Rédiger un cahier des charges fonctionnel selon la norme AFNOR ✚ Etablir un appel d'offre prospectif ✚ Analyser et établir une cotation des réponses <p>Phase 2: Négocier</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Préparer l'entretien ✚ Techniques, outils ✚ Structurer la rencontre <p>Phase 3: Contractualiser</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Etablir et rédiger un contrat de collaboration commerciale ✚ Type de contrat ✚ Application et suivi du contrat <p>Phase 4: Après l'achat</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Auditer l'acte d'achat, buts et principes ✚ Construire ses outils d'audit ✚ Mesurer la performance ✚ Communiquer et vendre auprès des clients intras 	<p>Le Formateur</p> <p>Spécialiste des Achats</p> <p>Méthode pédagogique</p> <p>Présentation et animation par un professionnel des achats En lancement de réunion: question aux élèves sur leurs parcours et problématiques spécifiques Guide visuel: présentation Powerpoint sur écran informatique Support aux participants: support de cours, bibliographie, liste de sites Internet Exercices: analyse de documents et problèmes évoqués dans le cours.</p> <p><u>Intra entreprise</u> Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><u>Inter entreprise</u> Tarif par personne</p> <hr/> <p>4 jours</p> <hr/> <p>1 550 €</p> <hr/> <p>Réf : AC028</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

Tél. : 01 48 74 29 45 - Mail : contact@proformalys.com - Fax : 01 48 74 39 98
 Adresse : 94, rue Saint-Lazare 75009 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com