



Acheteur / Chef de Produit Textile Habillement

<p>Objectifs : Connaître les produits et les fournisseurs en Textile Habillement. Acquérir ou revoir les techniques de base de la négociation. Comprendre les enjeux de la fonction Achat dans l'Entreprise.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Cadres. Responsables des Achats.</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Pré requis : Aucun.</p>
<p><i>Le Processus Achat : une pratique en 3 phases</i></p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Généralités</p> <ul style="list-style-type: none"> - La fonction achat au sein de l'Entreprise - Les différents types d'acheteurs et leurs caractéristiques - Fonction achat et clients intras - Le type de communication adéquate <p>Phase 1 : Préparer l'achat</p> <p>Identifier et Collecter les besoins</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planification et globalisation - Evaluation capacité d'achat interne - Quel axe achat avoir <p>Connaître les produits Textile Habillement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les matières et les couleurs en Textile - Les familles de produits en Habillement - Comment suivre les tendances et quelles tendances suivre - Comment préparer un salon, quoi préparer, quoi rechercher et auprès de qui <p>Connaître le marché du Textile Habillement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le sourcing - Connaître les outils de prospection - Evaluer la capacité d'un fournisseur - Comparer l'offre de propositions de fournisseur par rapport à un cahier des charges et évaluer laquelle est la plus pertinente - Gérer un portefeuille en respectant un rapport qualité/produit - Informations fournisseurs - L'offre des concurrents (marketing mix) <p>Les spécificités de la Grande Distribution</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'assortiment ; les commandes, les réassorts - La saisonnalité des produits - Les actions commerciales spécifiques aux rayons - Les méthodes de gestion des stocks - La part des marques distributeurs <p>Formaliser les besoins : le cahier des charges fonctionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les normes AFNOR de références NF X50 150 à 153 - Les méthodes R.E.S.E.A.U. & S.A.F.E. - Analyse de la valeur (AV) 	<p>Le Formateur Acheteur en Entreprise. Très expérimenté en formation de cadres.</p> <p>Moyens et pédagogie La démarche consiste à réaliser des apports techniques pour une meilleure compréhension des enjeux de la fonction. Des travaux individuels seront demandés pour une adaptation des contenus de la formation aux réalités des participants. Des mises en situation, entraînements permettront de concrétiser l'utilisation de nouveaux comportements. Exposé, Discussion, Brainstorming. Simulation de situations personnelles, Travail de groupe, Jeu de rôles, Etudes de cas, Outils opérationnels. Grille d'évaluation pour vérification des acquis. Training vidéo.</p> <p>Modalités d'évaluation Tests de contrôle des connaissances à l'aide de QCM.</p> <p>Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Inter entreprises Tarif par personne</p> <hr/> <p style="text-align: center;">5 jours</p> <hr/> <p style="text-align: center;">2 490 €</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : AC058</p>

- Optimisation du couple « qualité/coût » : Value engineering
- Les incoterms
- L'appel d'offre prospectif
- Le TCO

Appel d'offre : portefeuille existant ou nouvelles sources ?

- Analyser les offres et échantillonnages
- Formules : prix d'achats et coûts d'achats
- Sélection des meilleures propositions : préciblage
- Sélection définitive, quoi choisir, pourquoi et à quel prix
- Les partenaires

Phase 2 : Conduire l'entretien de négociation
Sa préparation

- Pré analyse
- Les comparatifs possibles

Les objectifs

- Technique (produit textile)
- Financier (prix, avantages)
- Historique : CA ; Problèmes ; Concurrence ; Objectif N1
- La fiche résumé nécessaire

La Relation

- Humaine : les styles de communication de chacun
- La négociation : un mode de communication interactive
- La communication non verbale, les postures

Les différentes techniques de négociation

- Qui, Quoi, Quand pour quel but ?
- Le Point par Point
- Les quatre postures possibles
- La Globalisation
- Le Pivot Factice
- Parades de l'Acheteur = réponse aux « trucs » du Vendeur

Structure de la rencontre

- Accueillir son interlocuteur
- La découverte en 6 points
- Argumentation : énoncer un fait et ses caractéristiques
- Proposition
- Evaluer les propositions
- Parvenir à une conclusion constructive

Phase 3 : La contractualisation
Etablir et rédiger un contrat de collaboration commerciale

- Type de contrat
- Définir les clauses générales (CGV, Livraison, RRR,...)
- Définir les clauses spécifiques (promotions et périodicité, formation du personnel, ILV, PLV...)

Ce stage intensif très complet permet d'être rapidement opérationnel au poste d'Acheteur Textile Habillement.

Il peut être suivi de coaching Individuel ou d'Equipe.

- Cotation interne de la négociation

Application et suivi du contrat

- Comprendre le mécanisme des flux de marchandises, flux informatiques et administratifs
- Procédures de Paiement
- Règlement des litiges
- Grille d'évaluation du fournisseur

Phase 4 : Le textile

Historique

Les fibres textiles

- Les 4 origines
- Leur structure au microscope
- L'évolution des fibres

Les techniques

- De fabrication
- De finition
- l'ennoblissement
- La teinture
- L'impression

La fabrication

- Tissés, tricotés, non tissés

Les tissus

- Les différentes catégories
- Les armures
- Les différents traitements possibles

Les tests courant

- Les centres d'analyse, les différents tests et leur utilité
- Pourquoi faire des tests et lesquels choisir ?
- Les tests physiques (Abrasion, boulochage et PillingBox, perméabilité à l'air & imperméabilité à l'eau...)
- Les tests de résistance traction & compression, éclatement, déchirure, inflammabilité...
- Les tests sur cuirs (Flexomètre, Lastomètre...),
- Les tests sur tissus enduits (Flexomètre, Pénétrromètre, Abrasimètre)
- Les tests sur EPI (Flexomètre pliscroisés, Abrasimètre lacets, banc de glisse, isolation à la chaleur...)
- Comprendre les tests

Les normes, leur signification

- Les normes en fonction des pays, quoi comparer
- Quelles normes appliquer et pourquoi
- Comment interpréter les résultats, les conséquences possibles en production et autres

Organisme de formation PROFORMALYS Formation Achats partout en France