

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 : 5, rue Fénelon 75010 PARIS

Lyon : 27, rue de la Villette 69003 LYON

Lille : 229, rue de Solferino 59000 LILLE

Lisieux : Manoir des Ulies 14140 VIEUX PONT EN AUGE

Paris, France

Copyright© ProFormalys 2020

Groupe ProFormalys

Thèmes de stages

SEMINAIRE Achats - 3 jours

page 5

GESTION COMMERCIALE DES ACHATS

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

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

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

COMMERCE INTERNATIONAL A L'ACHAT

Acheter à l'étranger - 2 jours	page 31
Maîtrisez les achats internationaux - 2 jours	page 32
Les incoterms - 2 jours	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 : 1 550 € HT
(1 860 € 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, Lisieux) 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>1 150 €</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>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC002</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

**GESTION COMMERCIALE DES ACHATS****La négociation d'Achat**

Objectif : Savoir préparer et conduire une négociation en fonction des besoins de son entreprise, du marché et des fournisseurs sélectionnés.	Personnes concernées : Acheteurs professionnels ou occasionnels.
PROGRAMME	Pré requis : Aucun
Savoir évaluer son niveau et son style de négociation Auto - diagnostic par deux tests individuels : <ul style="list-style-type: none">✚ Quel est mon niveau de négociation ?✚ Quel type d'acheteur suis-je ?	PEDAGOGIE
Savoir préparer une négociation <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	Le Formateur Formateur expérimenté avec une longue expérience dans le domaine des achats.
Savoir conduire une négociation <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	Parcours pédagogique Cas concrets avec travaux en sous-groupes, exposés vivants, participation active des participants, jeux de rôle et tests. Ce stage peut être suivi par un accompagnement Coaching Individuel. Coaching d'équipe.
Savoir analyser la négociation <ul style="list-style-type: none">✚ Analyser le résultat obtenu par rapport aux objectifs fixés Faire le compte-rendu de la négociation en interne et en externe	Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix. Tarif Inter entreprise par personne
	3 jours
	1 550 €
	Réf : AC003

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
	1 550 €
	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;">650 €</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> 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 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>2 jours</p> <p>1 150 €</p> <p>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 : 5, rue Fénelon 75010 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>650 €</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>650 €</p> <hr/> <p>Réf : AC087</p>

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>2 jours</p> <p>1 150 €</p> <p>Réf : AC034</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 : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com

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>650 €</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>Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Inter entreprise Tarif par personne</p>
	<p>4 jours</p>
	<p>1 990 €</p>
	<p>Réf : AC028</p>

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

E-procurement

<p>Objectif : L'e-procurement est un concept souvent évoqué. Simultanément, des sociétés de conseil évoquent de nombreux échecs d'implémentation. Ce module vise à indiquer les principales fonctionnalités que l'e-procurement peut offrir, leurs mérites et leurs coûts. A l'issue, le participant pourra établir rapidement une matrice de pertinence de l'implémentation d'une série de fonctionnalités.</p>	<p>Personnes concernées Responsables d'achats, financiers, et membres de la direction Générale</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<ul style="list-style-type: none"> ↷ Définitions relatives à l'e-procurement ↷ Bénéfices théoriques attendus ↷ Analyse des différentes activités pouvant utiliser l'e-procurement <ul style="list-style-type: none"> ✚ Prospection de fournisseurs ✚ Communication d'ordre général ✚ Recherche de produits <ul style="list-style-type: none"> ❖ Active ❖ Passive ✚ Demandes de prix ✚ Enchères inversées ✚ Etablissement de contrats ✚ Transmission de commandes ✚ Suivi des approvisionnements <ul style="list-style-type: none"> ❖ Echanges de prévisions ❖ Etats de stocks ✚ Partages d'informations ✚ EDI ↷ Résumé: limites de l'e-procurement <ul style="list-style-type: none"> ✚ Rentabilité financière ✚ Travaux additionnels nécessités par l'e-procurement ✚ Problèmes causés par les transitions ✚ Rigidité contre intelligence 	<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, si possible chez les élèves, et recherche des possibilités de mise en oeuvre.</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>650 €</p> <hr/> <p>Réf : AC029</p>

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Savoir négocier avec des bénéfiques Acheteur – Vendeur

<p>Objectif : Comprendre le fonctionnement d'une négociation d'achat et les contraintes et objectifs des parties en présence. Découvrir un processus d'une négociation, ses diverses étapes et les conditions de réussite. Assimiler des techniques de négociation adaptées à chaque phase du processus. Négocier en équipe.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u></p> <p>Responsables d'achats et collaborateurs en contact fréquent ou régulier avec les fournisseurs, prestataires et sous-traitants.</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Journée 1 – Préparer et réussir la rencontre de négociation avec le fournisseur</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Définition de la négociation ○ Les styles de négociateurs (questionnaire) ○ Réunir les conditions pour une négociation gagnante ○ Préparation de la négociation (travaux de groupe) ○ Conduite d'un entretien de négociation en 4 phases ○ Techniques de communication (jeux de rôles)  <p>Journée 2 – Approfondissement</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Retour d'expériences vécues depuis la phase 1 ○ Partages et approfondissements ○ Les techniques d'argumentation et les preuves ○ Les techniques de traitement des objections ○ Les techniques d'échanges de contreparties ○ Savoir conclure une négociation ○ Travaux de groupe et/ou jeux de rôles pour chaque sujet cité ci-dessus 	<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>
	<p>2 jours</p>
	<p>1 150 €</p>
	<p>Réf : AC030</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Entraînez vos négociateurs

<p>Objectif : Pratiquer avec soin les techniques de négociation à l'aide d'une méthodologie rationnelle de négociation. Définir de façon optimum les objectifs et se préparer de manière structurée.</p>	<p>Personnes concernées</p> <p>Toute personne devant négocier un ou des achats</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p> <p>⚡ Problématique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ Négocier, c'est obtenir mieux. On peut obtenir plus pour le même prix, la même chose moins cher ou mieux pour moins cher ⚡ Beaucoup de personnes en situation d'avoir à négocier obtiennent des résultats décevants ⚡ La négociation n'étant pas culturellement valorisée en France, peu de personnes s'y sentent à l'aise <p>Si un certain nombre d'acheteurs négocient volontiers, il s'agit souvent d'une négociation empirique, basée sur les sentiments, la relation interpersonnelle, le feeling. Ce type de négociation donne des résultats aléatoires, d'autant que le commercial en face peut avoir une formation ad hoc pour utiliser au mieux les caractéristiques de votre acheteur.</p> <p>Enfin, il est très rare que l'acheteur ait une notion claire de l'objectif qu'il peut et veut atteindre</p> <p>⚡ Réponses appropriées</p> <p><i>Former vos négociateurs pour:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ Posséder une idée très claire de ce qu'ils veulent et ont l'intention d'obtenir. Savoir quand ce qu'ils visent est le meilleur possible ⚡ Mobiliser une méthode de négociation qui leur permet de s'assurer d'avoir obtenu le maximum ⚡ Etre tous plus performants, grâce à une méthode aussi insensible que possible aux émotions personnelles et à la manipulation par le vis-à-vis <p>⚡ Bénéfices attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ Lisibilité des réductions de coûts attendus ⚡ Meilleurs résultats en gains de coûts, de services, stabilisation des conditions... 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur</p> <p>Spécialiste des Achats</p> <p>Méthode pédagogique</p> <p>Présentation et animation par un professionnel des achats</p> <p>En lancement de réunion: question aux élèves sur leurs parcours et problématiques spécifiques</p> <p>Guide visuel: présentation Powerpoint sur écran informatique</p> <p>Support aux participants: support de cours, bibliographie, liste de sites Internet</p> <p>Exercices: mise en situation, exercice de négociation</p> <p><u>Intra entreprise</u></p> <p>Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><u>Inter entreprise</u></p> <p>Tarif par personne</p> <hr/> <p>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC036</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Préparation à la négociation

<p>Objectif : Obtenir le maximum possible. Eviter les erreurs coûteuses commises face à un commercial aguerri, ou dans un projet complexe. Savoir définir avant la négociation ce que l'on veut obtenir et comment l'obtenir. L'éthique dans la négociation.</p>	<p>Personnes concernées Toute personne devant négocier un ou des achats, mais ne possédant pas de méthode de négociation</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Qu'est-ce que négocier?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Pourquoi négocier? ○ Pourquoi la négociation est un acte social, naturel, et nécessaire ○ Pourquoi on peut, et on doit apprendre à négocier <p>Une méthode efficace de négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Préparer ses objectifs ○ Préparer ses arguments ○ Préparer le déroulement de la négociation ○ Première étape: poser le décor, et les acteurs ○ Deuxième étape: vérifier ce qu'on achète ○ Troisième étape: négocier, point par point ○ Quatrième étape: confirmer <p>Ethique de la négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Les cadeaux personnels ○ Ventes à perte ○ Situation désespérée du fournisseur ○ Achats à l'étranger <p>Liste de situations, problèmes, bonnes surprises</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: mise en situation, exercice de négociation</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>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC037</p>

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Maîtriser les techniques de négociation Achats

<p>Objectif : Mener à bien les négociations d'achats en fonction des besoins de l'entreprise, du marché fournisseurs et des interlocuteurs. Développer toutes ses aptitudes à la négociation d'achats. Acquérir les bons réflexes, l'autonomie pour gérer et suivre un portefeuille fournisseurs.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Nouveaux acheteurs appelés à la fonction, acheteurs confirmés désireux de mettre à jour leurs connaissances et pratiques, responsables fonctionnels, techniciens amenés à procéder eux-mêmes à des achats de fournitures ou prestations</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p> <p>✚ Le contexte de la négociation ⇒ Définir son besoin d'achat <ul style="list-style-type: none"> ❖ Evaluer ses besoins d'achat ⇒ Etablir le cahier des charges <ul style="list-style-type: none"> ❖ Caractéristiques ❖ Méthode du QQDP </p> <p>✚ Consulter et analyser les offres des fournisseurs ⇒ Créer un panel de fournisseurs <ul style="list-style-type: none"> ❖ Les sources d'informations ❖ Les critères de choix ⇒ La démarche de consultation ⇒ Analyser les offres <ul style="list-style-type: none"> ❖ Utilisation de la grille de résultats des consultations ❖ Les pondérations </p> <p>✚ Négocier les meilleures conditions ⇒ Préparer la négociation <ul style="list-style-type: none"> ❖ Définition ❖ Préparation ❖ Création d'un tableau de négociation ❖ Préparation psychologique ⇒ Négocier <ul style="list-style-type: none"> ❖ La règle des 3 C </p> <p>✚ Commander ou contracter sans risques ⇒ Rédiger le contrat ou la commande</p> <p>✚ Savoir suivre et solder un contrat ou une commande ⇒ Suivre le contrat <ul style="list-style-type: none"> ❖ Le suivi ❖ Les principales étapes ❖ Les obligations ⇒ Solder le contrat <ul style="list-style-type: none"> ❖ Les principales règles </p>	
PEDAGOGIE	
<p>Le Formateur Très expérimenté dans les formations Achats.</p> <p>Parcours pédagogique Mise en place d'une pédagogie interactive, qui favorise l'appropriation des messages par les participants. Elle s'appuie sur la participation de chacun.</p> <p>Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif Inter entreprise par personne</p>	
3 jours	
1 550 €	
Réf : AC038	

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Savoir analyser la structure des coûts

<p>Objectif : Connaître la décomposition des coûts lors de différents types d'Achats. Connaître les coûts de traitement des transactions : commandes, factures. Connaître les postes du compte d'exploitation. Connaître l'impact des délais de paiement sur le prix. Etre capable de réfléchir au TCO « Total Cost of Ownership » ou coût total d'acquisition. Etre capable d'identifier les leviers d'économies. Etre capable de sécuriser ses sources d'approvisionnement.</p>	<p>Personnes concernées Responsables d'Achats. Acheteurs. Contrôleurs de gestion débutants. Toute personne impliquée dans les Achats de l'entreprise.</p> <p>Pré requis : Des expériences en Achats permettront d'échanger avec les autres participants.</p>
<p>PROGRAMME</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ~ Introduction ~ Les achats nouvelle génération ~ La décomposition du coût dans les achats de biens ~ La décomposition du coût dans les achats de services ~ L'évaluation des fournisseurs ~ Où trouver la bonne information ? ~ Connaissance des coûts des fournisseurs ~ Lecture rapide du bilan et ratios clefs ~ Indicateurs clefs d'indexation ~ L'identification des leviers d'économies ~ Cas d'école ~ Retours d'expériences ~ Les indicateurs de performance 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Spécialiste des Achats.</p> <p>Méthode pédagogique</p>  <p>Environnement interactif. Cours. Cas d'école.</p> <p>Un rapport de stage sur les exemples traités.</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>
<p>Après le séminaire, les participants seront capables</p> <ul style="list-style-type: none"> + De mieux identifier les leviers d'économies grâce à la décomposition des coûts + De décliner une stratégie Achats par sujet + De bâtir les indicateurs de performance achats 	<p style="text-align: center;">2 jours</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Nous consulter</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : AC039</p>

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Formation pratique aux achats

<p>Objectif : Savoir appliquer des méthodes et utiliser des outils performants en vue d'optimiser les coûts, les délais et la qualité des achats. Préparer et mener une négociation selon des objectifs pré-définis. Suivre les engagements pris.</p>	<p>Personnes concernées Acheteurs débutants ou non, assistants – achats, toute personne en charge des achats dans son entreprise souhaitant acquérir les bonnes pratiques à mettre en œuvre au quotidien.</p> <p>Pré requis : Aucun.</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>⤵ Rôle de l'acheteur</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Connaître son environnement ✚ Définir ses missions ✚ Maîtriser les outils <p>⤵ Les étapes de l'acte d'Achat</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Analyser le besoin ✚ Faire du sourcing : recherche, pré-ciblage et évaluation des fournisseurs ✚ Consulter les fournisseurs retenus et dépouiller les offres ✚ Préparer sa négociation ✚ Négocier ✚ Analyser la négociation <p>⤵ Les aspects juridiques</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les contrats et ses clauses fondamentales ✚ Les différents types de commandes et leurs spécificités <p>⤵ Le suivi des fournisseurs</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ La mesure des performances ✚ La gestion des aléas 	<p>Le Formateur Formateur expérimenté avec une longue expérience dans le domaine des achats.</p> <p>Méthode pédagogique Cas concrets avec travaux en sous-groupes, exposés vivants, participation active des participants.</p> <p>Ce stage peut être suivi par un accompagnement Coaching Individuel. Coaching d'équipe.</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>3 jours</p> <hr/> <p>1 550 €</p> <hr/> <p>Réf : AC076</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Initiation : le B.A=BA des Achats professionnels

<p>Objectif : Comprendre les termes et façon de travailler des achats, afin de se coordonner efficacement avec les acheteurs professionnels. Manipuler les documents d'achats en comprenant leur fonction.</p>	<p>Personnes concernées Toute personne devant pratiquer des achats professionnels suite à une mutation, ou devant communiquer avec la fonction achats, tels que des responsables d'un projet industriel.</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	
<p>↗ Les spécificités des achats professionnels (par rapport aux achats personnels)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les besoins techniques, spécifications, exigences normatives, de qualité... ✚ Les conditions commerciales ✚ Les offres de prix ✚ La négociation, les remises ✚ Les conditions de transport, de livraison, de garantie ✚ La TVA ✚ La notion de délai et de capacité de livraison ✚ Les exigences de qualité ✚ L'aspect légal ✚ La loi du commerce ✚ Les contrats <p>↗ Les étapes de l'achat professionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ La recherche et la qualification de fournisseurs ✚ L'ISO 9000 ✚ Les techniques des vendeurs en Business to Business ✚ Les cahier des charges, plan... ✚ Les offres de prix ✚ Les négociations ✚ Les commandes ✚ Les contrats ✚ Le suivi de commandes ✚ Les litiges et leur résolution ✚ Le paiement ✚ Le suivi Qualité des fournisseurs 	<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: 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 style="text-align: center;">2 jours</p> <hr/> <p style="text-align: center;">1 150 €</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : AC077</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Mise en place des réductions des coûts Achats

<p>Objectif : Fournir les outils d'audit et d'améliorations dans une entreprise où les niveaux de performances prix sont jugés insuffisants. Analyser les pratiques et détecter si elles sont suffisantes, proposer des actions correctives sur les produits en cours d'achats et préparer la mise en place de meilleures pratiques pour des produits futurs.</p>	<p>Personnes concernées Acheteurs, financiers, membres de direction générale ou équipe projet impliqués dans les coûts de produits ou projets.</p> <p>Pré requis : Aucun.</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>➤ Pourquoi la réduction des coûts?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Concurrence et impact du coût d'achats ✚ La décroissance régulière des coûts industriels <p>➤ Sources de gaspillage : 20 pistes de réduction des coûts</p> <p>➤ Méthode de réduction des coûts</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"> ✚ Les acteurs ✚ L'outil de suivi ✚ La négociation ✚ La mise en concurrence ✚ Le relifiting du produit ✚ Les petits gains (et leur grand impact dans l'entreprise) ✚ Comment vaincre inerties et réticences dans l'entreprise: exemplarité, implication, offres mutuelles 	<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: Exemple de produits, et propositions des 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>
	<p>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/>
	<p>Réf : AC078</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France



METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Informatisation des Achats

<p>Objectif : Indiquer les principales fonctionnalités que l'informatique peut offrir, leurs mérites et leurs coûts. Etablir une matrice de pertinence (coût contre bénéfice) de l'implémentation d'une série de fonctionnalités, ainsi que l'impact dans l'organisation de l'entreprise.</p>	<p>Personnes concernées Toute personne désireuse d'installer ou renforcer l'informatique aux Achats</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	
<p>L'outil de base</p> <ul style="list-style-type: none"> + Planification avec outil bureautique + Méthode + Avantages + Limites <p>Outil standard</p> <ul style="list-style-type: none"> + Calcul des besoins type MRP + Méthode + Paramètres + Avantages + Limites <p>MRP avancé</p> <ul style="list-style-type: none"> + Gestion des tarifs + Gestion des prévisions + Saisie des accusés de réception + Statistiques <p>ERP</p> <ul style="list-style-type: none"> + Coordination avec les autres départements + Prévisions commerciales avancées + Contrôle facture, + Statistiques avancées <p>Les étapes de la mise en place de l'informatisation des achats</p> <p>Axes pour une productivité et une rentabilité prouvées de l'informatisation</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: présentation de cas, et proposition par les élèves de réponses à apporter.</p> <p>Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Inter entreprise Tarif par personne</p>
<p>1 jour 650 €</p>	
<p>Réf : AC081</p>	

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS

Entraînez vos acheteurs à réduire les coûts

<p>Objectif : Entraînez vos acheteurs à réduire les coûts. Dégager les outils de succès, les freins et les moyens de les éliminer.</p>	<p>Personnes concernées Acheteurs, financiers, membres de direction générale ou équipe projet impliqués dans les coûts de produits ou projets</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	
<p>↷ Problématique courante</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Dans une entreprise de services, les achats représentent typiquement 20% du chiffre d'affaires. 10% de baisse de coût d'achats peut représenter la différence entre bénéfice ou perte d'exploitation ✚ Dans une entreprise industrielle, les achats peuvent représenter 70% du CA. Les coûts d'achats conditionnent directement l'existence même de l'entreprise ✚ Parmi les difficultés les plus courantes rencontrées en termes de prix d'achats, on peut citer: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Le choix erroné de fournisseurs, satisfaisants au niveau technique, mais non compétitifs, par leur structure interne, leur position de monopole... ❖ La faiblesse du pouvoir de négociation, par un rapport de force défavorable, un manque de formation à la négociation, un manque d'objectifs ❖ L'absence d'un plan de réduction des coûts, alors même que toute entreprise fait des prévisions de croissance du chiffre d'affaires ❖ L'existence de stocks dormants, dont la valeur baisse rapidement, les composants devenant obsolètes ❖ La non prise en compte du coût complet des achats (coût d'utilisation incluant les frais d'approches, les investissements, les coûts de non qualité, les coûts d'assemblage) <p>↷ Réponses appropriées</p> <p><i>Former vos acheteurs pour:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Avoir une conscience aiguë des gisements de profit que l'entreprise possède ✚ Savoir les estimer et établir un plan de réduction des coûts ✚ Coordonner le plan de réduction des coûts avec les fonctions en relation ✚ Mobiliser les outils et pratiques permettant de mettre en oeuvre le plan de réduction des coûts dont la négociation <p>↷ Bénéfices attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Réduction des coûts ✚ Création d'une dynamique positive dans l'entreprise, grâce à des améliorations visibles 	<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><u>Intra entreprise</u> Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p><u>Inter entreprise</u> Tarif par personne</p>
<p>2 jours</p>	
<p>1 150 €</p>	
<p>Réf : AC083</p>	

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

METIERS, TECHNIQUES ET OUTILS**Les trente leviers d'économie en Achat**

<p>Objectif : 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>Personnes concernées Acheteurs professionnels ou occasionnels.</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</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>↻ Définition des Achats et le poids des Achats <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>↻ Rappel des principales phases du processus Achat</p> <p>↻ Présentation des définitions des termes clef en Achat <i>Besoin / Fonction / Qualité / Critères</i></p> <p>↻ Définition de la notion de leviers et des typologies de présentation <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"> ✚ Les DOMAINES dans les quels ils agissent <ul style="list-style-type: none"> ✘ Entreprises/fournisseurs ✘ Cahiers des charges ✘ Processus et organisation ✚ La PHASE du processus achat qui est concernée en premier <ul style="list-style-type: none"> ✘ Amont ✘ Cahier des Charges ✘ Négociation ✘ Contrat et Suivi ✚ L'OBJECTIF recherché <ul style="list-style-type: none"> ✘ Réaliser des économies directes : (EF = économies financières / ET = économies en temps) ✘ Favoriser la mise en place d'autres leviers (L) ✚ La NATURE du levier <ul style="list-style-type: none"> ✘ Une méthode (M) ✘ Un outil (O) ✘ Une action ou études (A) ✚ La REACTIVITE du levier <ul style="list-style-type: none"> ✘ Cela exprime aussi bien la facilité de mise en place que la rapidité d'impact sur l'entreprise ✘ La typologie n'est qu'une présentation ce qui est à prendre en compte ce sont la nature des leviers 	<p>Le Formateur Spécialiste des Achats</p> <p>Méthode pédagogique</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).</p> <p>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><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>3 jours</p> <hr/> <p>1 550 €</p> <hr/> <p>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
 - ✘ posant les questions sur les raisons
 - ✘ faisant valider les critères quantitatifs
 - ✘ vérifiant si pas de cumul des marges de sécurité
 - ✘ vérifiant si cohérence en regard marché (problème de la standardisation)
 - ✘ vérifiant si cohérence en regard de l'ensemble du projet
 - ✘ demandant des fourchettes de prix
 - ✘ 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

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 : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com

**COMMERCE INTERNATIONAL A L'ACHAT****Acheter à l'étranger**

Objectif : Accéder à un anglais suffisant pour commercer. Rechercher et qualifier un fournisseur étranger. Maîtriser les spécificités commerciales et juridiques des achats à l'étranger. Acquérir les repères culturels et éthiques. Savoir dresser un plan d'action comprenant les étapes de la mise en place des achats à l'étranger.	Personnes concernées Toute personne devant acheter en dehors de France, et estimant ne pas savoir comment le faire
PROGRAMME	Pré requis : aucun
L'anglais, passe-partout universel Rappel sur l'anglais du commerce, les règles de base, pour permettre à chaque personne de survivre en affaires	PEDAGOGIE
La recherche et la validation de fournisseur étranger	Le Formateur Spécialiste des Achats
Les termes commerciaux INCOTERMS Transports Paiements	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 Lexique des termes commerciaux anglais les plus courants Liste des INCOTERMS Exercices: étude de deux cas différents, pour lesquels les élèves définissent leur plan d'action.
Sécuriser ses achats (comment ne pas payer pour rien?)	Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.
Contrats internationaux Les grands principes juridiques Les moyens de se protéger Ce qu'un contrat devrait toujours contenir	Inter entreprise Tarif par personne
Politique de relation avec des fournisseurs étrangers Entre opportunisme et relation au long terme, comment se comporter?	2 jours
Ethique des achats à l'étranger Respect des droits de l'homme Impact des délocalisations Développement durable	1 150 €
	Réf : AC042

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

COMMERCE INTERNATIONAL A L'ACHAT

Maîtrisez les achats internationaux

<p>Objectif : Savoir profiter d'opportunités d'achats de plus en plus lointaines en minimisant les coûts et en maîtrisant les risques.</p>	<p>Personnes concernées Toute personne devant acheter en dehors de France et estimant ne pas savoir comment le faire</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	
<p>↷ Problématique courante</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ L'ouverture européenne, l'émergence de fournisseurs à bas coûts, la pression sur les prix poussent les entreprises à profiter d'opportunités d'achats de plus en plus lointaines. ✚ L'extension de l'Europe à 25 pays a facilité la circulation des biens entre de nombreux pays presque sans formalités douanières <p><i>Mais de nombreux problèmes subsistent</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Un grand nombre d'acheteurs et approvisionneurs hésitent à parler un anglais commercial qu'ils jugent inaccessible ✚ Les termes commerciaux (INCOTERM), les méthodes de paiement, le dédouanement sont sources de confusion ✚ Les risques liés aux relations avec des partenaires lointains rendent nécessaires l'établissement de contrats. Mais les termes nécessaires, les juridictions applicables, les formulations correctes sont souvent perçus comme des zones d'ombre ✚ Il existe de nombreuses façons d'optimiser le coût des achats à l'étranger, mais toutes ne sont pas connues <p>↷ Réponses appropriées</p> <p><i>Former vos équipes pour:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Utiliser une démarche rapide, mais intensive pour la recherche et la qualification des meilleurs fournisseurs étrangers ✚ Anticiper les risques ✚ Utiliser une méthodologie de sécurisation des approvisionnements, notamment en termes de qualité ✚ Calculer et optimiser les coûts ✚ Connaître les principaux termes et concepts employés, leur signification, leur portée ✚ Reconnaître les acteurs essentiels et savoir leur parler ✚ Maîtriser l'essentiel de la langue anglaise appliquée au commerce, c'est à dire, en général, se décomplexer vis-à-vis de connaissances qu'ils ont et n'osent pas mobiliser ✚ Déterminer les conditions d'achats et de paiement ✚ Déterminer les clauses des différents contrats d'achats ✚ Analyser en toute transparence la réalité des gains financiers <p>↷ Bénéfices attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Réduction des coûts ✚ Accès à de nouveaux types de produits ✚ Sécurité des approvisionnements ✚ Sécurité des paiements 	<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 Lexique des termes commerciaux anglais les plus courants Liste des INCOTERMS Exercices: étude de deux cas différents, pour lesquels les élèves définissent leur plan d'action.</p> <p>Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Inter entreprise Tarif par personne</p> <hr/> <p>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC084</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 : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com

COMMERCE INTERNATIONAL A L'ACHAT

Les incoterms

<p>Objectif : Maîtriser les incoterms sous leurs aspects juridiques, administratifs, logistiques et financiers.</p>	<p>Personnes concernées Toute personne travaillant dans le commerce international.</p> <p>Pré requis : Aucun.</p>
<p>PROGRAMME</p>	
<p>⚡ Définitions et généralités</p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ Historique ⚡ Le rôle des incoterms dans le contrat de vente ⚡ Présentation des sigles <p>⚡ Analyse des 13 sigles</p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ Par sigle ⚡ Par famille ⚡ Les ventes au départ ⚡ Les ventes à l'arrivée ⚡ Les variantes ⚡ Comparaisons entre la version 1990 et la version 2000 <p>⚡ Les incidences sur</p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ L'organisation du transport et l'assurance ⚡ Le conditionnement et l'emballage ⚡ La livraison ⚡ Les formalités douanières et le contrôle des marchandises ⚡ Les documents à fournir ⚡ Le prix de vente ⚡ La facturation ⚡ Le paiement ⚡ Le crédit documentaire <p>⚡ Les cas particuliers</p> <ul style="list-style-type: none"> ⚡ Les stipulations contraires du contrat de vente ⚡ Les Liner Terms et les THC (usages des ports) ⚡ Les FOB américains ⚡ Le marché unique 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Longue expérience dans le domaine de l'import-export et dans le domaine de la formation.</p> <p>Méthode pédagogique La démarche consiste à réaliser des apports théoriques pour une meilleure compréhension des enjeux. La richesse de la formation prendra une nouvelle dimension dans la restitution des travaux de groupes et dans les synthèses de l'animateur. 1 test + 1 application (facturation export.) Nombreux exemples et animations présentés à partir de la vidéoprojection. Ce stage peut être suivi par un accompagnement Coaching Individuel. Coaching d'équipe.</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>
<p>2 jours</p>	
<p>1 150 €</p>	
<p>Réf : CI018</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 : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com

ACHATS SPECIFIQUES

Acheteur / Chef de Produit Textile - Habillement

<p>Objectif : 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>~ 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 <p>~ Phase 1 : Préparer l'achat</p> <ul style="list-style-type: none"> + Identifier et Collecter les besoins <ul style="list-style-type: none"> ✗ Planification et globalisation ✗ Evaluation capacité d'achat + Connaître les produits Textile – Habillement <ul style="list-style-type: none"> ✗ Les matières et les couleurs en Textile ✗ Les familles de produits en Habillement ✗ Comment suivre les tendances + Connaître le marché du Textile - Habillement <ul style="list-style-type: none"> ✗ Le sourcing ✗ Informations fournisseurs ✗ L'offre des concurrents (marketing mix) + Les spécificités de la Grande Distribution <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 + Formaliser les besoins : le cahier des charges fonctionnel <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) ✗ Optimisation du couple « qualité/coût » : Value engineering & la méthode OPERA. ✗ L'appel d'offre prospectif + Appel d'offre : portefeuille existant ou nouvelles sources ? <ul style="list-style-type: none"> ✗ Analyser les offres et échantillonnages 	<p>PEDAGOGIE</p> <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><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;">4 jours</p> <hr/> <p style="text-align: center;">1 990 €</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : AC058</p>

<ul style="list-style-type: none"> ✘ Formules : prix d'achats et coûts d'achats ✘ Sélection des meilleures propositions : pré-ciblage <p>➤ Phase 2 : Conduire l'entretien de négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Sa préparation <ul style="list-style-type: none"> ✘ Les objectifs <ul style="list-style-type: none"> - Technique (produit textile) - Financier (prix, avantages) - Historique : CA ; Problèmes ; Concurrence ; Objectif N-1 ✘ La Relation <ul style="list-style-type: none"> - Humaine : les styles de communication de chacun - La négociation : un mode de communication interactive - La communication non verbale ✚ Les différentes techniques de négociation <ul style="list-style-type: none"> ✘ Qui, Quoi, Quand pour quel but ? ✘ Le Point par Point ✘ Le Donnant / Donnant ✘ La Globalisation ✘ Le Pivot Factice ✘ Parades de l'Acheteur = réponse aux « trucs » du Vendeur ✚ Structure de la rencontre <ul style="list-style-type: none"> ✘ Accueillir son interlocuteur ✘ La découverte en 6 points ✘ Argumentation : énoncer un fait et ses caractéristiques ✘ Proposition ✘ Evaluer les propositions ✘ Parvenir à une conclusion constructive <p>➤ Phase 3 : La contractualisation</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Etablir et rédiger un contrat de collaboration commerciale <ul style="list-style-type: none"> ✘ Type de contrat ✘ Définir les clauses générales (CGV, Livraison, RRR,...) ✘ Définir les clauses spécifiques (promotions et périodicité, formation du personnel, ILV, PLV...) ✘ Cotation interne de la négociation ✚ Application et suivi du contrat <ul style="list-style-type: none"> ✘ Comprendre le mécanisme des flux de marchandises, flux informatiques et administratifs ✘ Procédures de Paiement ✘ Règlement des litiges ✘ Grille d'évaluation du fournisseur <p>Ce stage existe aussi pour les produits Bazar - Saisonniers. Durée : 4 jours.</p>	<p>Ce stage intensif très complet permet d'être rapidement opérationnel au poste d'Acheteur Textile – Habillement.</p> <p>Il peut être suivi de coaching Individuel ou d'Equipe.</p>
---	--

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

ACHATS SPECIFIQUES

Acheteur de prestations intellectuelles

<p>Objectif : Identifier les prestations intellectuelles (P.I.) et mieux conduire le processus d'achat ; savoir choisir les prestataires, rédiger la commande de P.I. et enfin savoir mesurer la performance.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Responsables d'achats en entreprise, chargés des achats ou des relations avec les fournisseurs de prestations intellectuelles.</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Journée 1</p> <p>Identification et recensement des achats de prestations intellectuelles dans l'entreprise</p> <p>Le processus d'achat, depuis l'expression du besoin jusqu'à la rédaction du contrat :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cahier des charges fonctionnel ; cas spécifique des P.I. ❖ Appels d'offres et points spécifiques pour l'achat de P.I. ❖ Critères de comparaison ❖ Quels points peuvent être négociés dans l'achat de P.I. ? ❖ Spécificités économiques et commerciales des P.I. ❖ Clauses particulières applicables aux contrats de P.I. <p>Journée 2</p> <p>Les principaux risques juridiques liés à l'achat de P.I. :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Délit de marchandage ❖ Obligation de résultats et obligation de moyens ❖ Sous-traitance de marché ❖ Les responsabilités du prestataire <p>La propriété intellectuelle des prestataires :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Propriété industrielle ❖ Propriété littéraire et artistique ❖ Conséquences pour le client et comment respecter le code de la propriété intellectuelle <p>Suivi et contrôle de la réalisation des prestations intellectuelles</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Notions de "Qualité" dans les achats de service intellectuel 	<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> <p>2 jours</p> <p>1 150 €</p> <p>Réf : AC063</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

ACHATS SPECIFIQUES

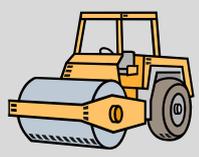
Achats publics

<p>Objectif: A l'issue de la formation, les élèves connaîtront les règles d'attributions des achats publics suivant les montants et les natures des achats. Il sauront où trouver les textes: lois, décrets, nomenclatures, et comment les utiliser. Ils connaîtront les procédures d'achats publics, et l'état des places de marché des achats publics.</p>	<p>Personnes concernées</p> <p>Acheteur du domaine privé désireux de s'orienter vers les achats publics</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Commercial souhaitant savoir commercer avec les organismes publics et répondre aux divers appels d'offre que ceux-ci peuvent émettre</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>~ Les principes des achats publics</p> <ul style="list-style-type: none"> + Qui est concerné? + Egalité d'accès des fournisseurs + Transparence des décisions + Ouverture à travers l'Europe + La dématérialisation des procédures <p>~ Les textes utilisés</p> <ul style="list-style-type: none"> + Le décret du 8 Janvier 2004 + Les textes complémentaires + Les avis complémentaires <p>~ La pratique</p> <ul style="list-style-type: none"> + Tableau des montants par catégorie + Les différentes procédures utilisées pour choisir le fournisseur + Les conditions pour être fournisseur + La dématérialisation des procédures <p>~ Principales interdictions</p> <ul style="list-style-type: none"> + Incapacité des fournisseurs + Manque de publicité + Relations entre décideur et entreprise + Corruption 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur</p> <p>Spécialiste des Achats</p> <p>Méthode pédagogique</p> <p>Formation par un formateur spécialiste des achats de hauts volumes Présentation format Powerpoint Textes réglementaires en cours Sites Internet: site de la profession des achats publics, sites de places de marché. Exercices avec les élèves: classer des types d'achats, et déterminer les procédures adaptées. Déchiffrer un appel d'offre.</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>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC082</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

ACHATS SPECIFIQUES

Négociation dans les marchés publics

<p>Objectif : Mieux connaître les différents types de marché. Maîtriser la négociation dans les différents types de marché. Adopter un comportement adapté face aux fournisseurs. Acquérir les réflexes d'une communication orale efficace avec l'objectif de défendre les intérêts de votre service.</p>	<p>Personnes concernées Toute personne impliquée dans la négociation d'un marché public.</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Pré requis : Connaissance du métier.</p>
<p>Le contexte de la négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> + Définir son besoin d'achat <ul style="list-style-type: none"> ❖ Evaluer ses besoins d'achat + Les différents modes de passation des marchés publics <ul style="list-style-type: none"> ❖ Les marchés en procédure adaptée ❖ Les appels d'offre ouverts et restreints ❖ Les marchés négociés ❖ Les concours ❖ Le dialogue compétitif + Etablir le cahier des charges <p>Consulter et analyser les offres des fournisseurs</p> <ul style="list-style-type: none"> + Créer un panel de fournisseurs <ul style="list-style-type: none"> ❖ Les sources d'informations ❖ Les critères de choix + La démarche de consultation + Analyser les offres <ul style="list-style-type: none"> ❖ Utilisation de la grille de résultats des consultations ❖ Les pondérations ❖ Les éléments de choix <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 d'enquêtes et de validation <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 ❖ Connaître l'entreprise pour négocier <p>La négociation par mode de passation</p> <ul style="list-style-type: none"> + Négociation dans les marchés à procédure adaptée <ul style="list-style-type: none"> ❖ Forme et contenu de la procédure ❖ Le principe de mise en concurrence ❖ Les modalités de publicité ❖ La négociation des marchés ❖ Les modalités de contrôle des marchés + Négociation dans les appels d'offre 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Spécialiste de la négociation et des marchés publics.</p>  <p>Méthode pédagogique</p>  <p>Basée sur une formation interactive avec une forte sollicitation et implication des stagiaires. Utilisation d'exemples concrets.</p>  <p>Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Inter entreprise Tarif par personne</p> <hr/> <p>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC088</p>

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Désignation du mieux disant ❖ Pas d'espace pour la négociation ❖ La dérogation des marchés de travaux <ul style="list-style-type: none"> ➢ Négociation avec l'exécutif sous le contrôle de la Commission d'Appel d'Offre ➢ Publicité et mise en concurrence préalable ✚ Négociation dans les marchés négociés <ul style="list-style-type: none"> ❖ Négociation avec l'exécutif sous le contrôle de la Commission d'Appel d'Offre ❖ Possibilité d'utiliser les techniques de négociation des marchés à procédure adaptée ✚ Négociation dans les concours <ul style="list-style-type: none"> ❖ Possibilité de dialogue avec les candidats après l'avis du jury ❖ Négociation avec l'exécutif et choix par l'assemblée délibérante ✚ Négociation dans le dialogue compétitif <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ouverture d'une phase de dialogue sur la base d'un programme fonctionnel entre l'administration et les candidats <p>~ Savoir évaluer son niveau et son style de négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Auto - diagnostic par deux tests individuels <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 <p>~ Savoir analyser la négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ 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 ✚ Analyser le résultat obtenu par rapport aux objectifs fixés ✚ Faire le compte-rendu de la négociation en interne et en externe 	
---	--

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

ACHATS SPECIFIQUES

Optimiser vos frais professionnels et maîtriser votre budget voyages

<p>Objectif : Définir une politique de gestion des frais professionnels - hébergement, restauration, véhicules courte durée, train et avion - la mieux adaptée à vos besoins et vos contraintes (règles et outils de gestion, gestion des remboursements de frais). Détecter les surcoûts de votre gestion des frais professionnels. Savoir jusqu'où externaliser les services et la gestion de vos voyages. Réaliser des économies substantielles en établissant une politique voyages. Négocier vos tarifs de billetterie (avion, LCD et train). Sélectionner vos fournisseurs, dont votre agence de voyages, sur des critères pertinents et suivre les prestations. Piloter votre rentabilité grâce à des indicateurs et des tableaux de bord. Rédiger votre politique voyages : les pièges à éviter. Arbitrer entre une carte de paiement d'entreprise et l'octroi d'avances permanentes aux collaborateurs : où se trouve l'intérêt de l'entreprise ? Etablir une stratégie de négociation avec ses transporteurs aériens ou ferroviaires. Des méthodes pratiques, des outils indispensables et les conseils d'un expert.</p>	<p>Personnes concernées Responsable des services généraux, Responsable du service Achats, Direction générale, Responsable budget voyages, Directeur des Achats Directeur Financier Dirigeant de centre de profit</p> <p>Pré requis : Il n'y a pas de connaissances minimales pour profiter pleinement de cette formation. Toute personne gérant un budget de frais professionnels est concernée par cette animation.</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>➤ Premier Jour</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Présentation des objectifs de la formation et tour de table (celui-ci permettra à chaque stagiaire de se présenter et d'exprimer ses attentes) ➤ Les achats de frais généraux : contexte général, poids relatif dans les achats totaux des entreprises ➤ Les leviers de réduction de coûts des achats généraux ➤ Définition des « frais professionnels » ➤ Calculer le coût réel de la gestion de vos frais professionnels : la notion de coûts « cachés » <ul style="list-style-type: none"> ❖ Quels éléments inclure dans le calcul du coût réel de vos frais professionnels : prix d'achat direct des prestations, coût administratif et comptable, coût d'acquisition, coût financier (trésorerie),... ? ❖ Identifier les principaux facteurs de surcoûts et de risques ❖ Sur quels paramètres agir pour maîtriser les charges les plus importantes ? ➤ Cas pratique : Calculez l'impact d'une absence de politique de remboursements de frais sur le coût global de votre budget voyages ➤ L'intérêt du paiement centralisé et mensuel des frais de voyages ➤ L'intérêt d'une politique voyages ➤ Définir une politique de gestion des frais professionnels génératrice de nouvelles économies <ul style="list-style-type: none"> ❖ Choix du mode de paiement et de remboursement des frais professionnels ❖ Choix du mode de transmission des notes de frais (EDI ou manuel) ❖ Choix de la fréquence de remboursement et de paiement ❖ Choix d'une politique voyages ❖ Comment responsabiliser les utilisateurs ? ➤ Rédiger une politique voyages : un acte politique, un objectif économique et d'économies <ul style="list-style-type: none"> ❖ La politique voyages seule ne suffit pas : elle est un des éléments d'une politique cohérente et efficace de gestion des frais professionnels ❖ Quelle situation veut on atteindre ? Finalités, buts et objectifs ❖ Les règles à établir : le contenu par poste d'une politique voyages ❖ La communication aux utilisateurs ❖ Se servir de son agence de voyage ou de son gestionnaire interne pour la faire appliquer dans l'intérêt de l'entreprise ❖ Comment reporter à bon escient les refus d'application ? ❖ Les sanctions à formuler ➤ Un mode de gestion des frais professionnels : la carte « affaires », « business » ou « corporate » <ul style="list-style-type: none"> ❖ Un mode de paiement et de traçabilité des frais professionnels, élément d'une politique globale ❖ Arbitrage avec les avances permanentes octroyées aux collaborateurs ❖ Le seuil de rentabilité de la cotisation annuelle de la carte de paiement ❖ Quel cahier des charges de mise en œuvre, pour quel type de population ? 	<p>Le Formateur Spécialiste des Achats</p> <p>Méthode pédagogique</p>  <p>La pédagogie sera résolument centrée sur l'action et la participation des stagiaires.</p>   <p>Se succéderont : analogies et découvertes ; présentations d'expériences ; exposés théoriques ; questionnement de groupe ; études de cas soumis par les stagiaires ; travaux de synthèse.</p> <p>Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Inter entreprise Tarif par personne</p>
	<p>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC093</p>

- ❖ Quel type de carte choisir ? Panorama du marché
- ❖ Les notions de débit différé et de solidarité conjointe collaborateur / employeur
- ❖ Les pièges à éviter
- ❖ Le système de gestion associés : statistiques, tableaux de bords, transmission informatique des données : comment minimiser le coût de ces services

↻ Deuxième Jour

- ✚ Retour sur la journée précédente afin de favoriser l'intégration des acquis
- ✚ La carte affaires comme support de négociation et d'optimisation des frais professionnels hors billetterie
 - ❖ Les systèmes de gestion intégrés aux cartes de paiement constituent de vrais révélateurs des habitudes de consommations des collaborateurs
 - ❖ Organiser la traçabilité des dépenses, de leur nature, et des fournisseurs associés : construire ses propres tableaux de bords et repérer rapidement les leviers d'économies ou encore les « challengers » de vos fournisseurs habituels
 - ❖ Un contrepois efficace aux « statistiques commerciales » de vos fournisseurs pour les négociations annuelles
- ✚ Evaluer l'intérêt de l'externalisation de la gestion de vos frais professionnels
 - ❖ Qu'est ce que l'externalisation et que peut-on externaliser en général ?
 - ❖ Que peut on externaliser dans la gestion des frais professionnels ?
 - ❖ Déterminer précisément vos besoins et vos indicateurs afin de décider quelles prestations externaliser
- ✚ L'agence de voyages
 - ❖ Bien choisir son prestataire agent de voyages : réaliser le cahier des charges
 - ❖ L'engagement du prestataire de voyages sur un objectif d'économies : les avantages et les inconvénients, les pièges à éviter
 - ❖ Caractéristiques, risques et opportunités des différents types de sous-traitance : implant, outplant, agence internet, suivi de gestion
 - ❖ Quelles précautions prendre pour garder le contrôle de votre politique voyages ?
- ✚ En fonction de profils de voyageurs (récurrence de destination, fréquence, zones géographiques desservies, durée des séjours, etc...), vous déterminerez les modes de financement, de gestion et le niveau d'externalisation le plus avantageux
- ✚ Sur quels critères sélectionner vos transporteurs ?
 - ❖ Compagnie régulière nationale ou étrangère, low costs, transports ferroviaires, quels critères retenir pour choisir le type de transporteur qui correspond à votre politique
 - ❖ Panorama des différents types de prestataires du marché : forces et faiblesses
 - ❖ Comment mettre en place un cahier des charges pour votre appel d'offres -Les précautions à prendre avant le choix final ?
- ✚ Quelles économies escompter en renégociant vos contrats transporteurs ?
 - ❖ Quels types de remises peut on attendre ? panorama des possibilités offertes
 - ❖ Les pièges à éviter lors de la négociation
 - ❖ Négocier un contrat sur mesure pour vous prémunir contre le risque de pénalités
 - ❖ Mettre en place une procédure de vérification des factures efficace
- ✚ Cas pratique
- ✚ Suivre la qualité de votre prestation
- ✚ Vous déterminerez avec l'aide du formateur quels indicateurs qualitatifs mettre en place pour évaluer vos prestataires : agent de voyages ou transporteurs
- ✚ Les outils pour piloter votre budget voyages
 - ❖ De quels outils disposer pour piloter le budget voyages
 - ❖ Quels indicateurs sélectionner pour suivre votre activité et mesurer l'efficacité de votre gestion
 - ❖ Définir et justifier votre politique voyages grâce à votre tableau de bord
 - ❖ Suivre votre activité grâce aux nouvelles technologies : Internet, workflow

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

ACHATS SPECIFIQUES

Achats d'énergies

<p>Objectif : Acquérir une méthodologie pour "prendre en mains" un segment d'achat, et appliquer concrètement cette méthodologie au segment des énergies (gaz, électricité, etc...).</p> <p><i>Ce programme s'inscrit uniquement dans le cadre d'une formation individualisée sur mesure</i></p>	<p><u>Personnes concernées :</u> Acheteurs. Services Généraux. Maintenance / production.</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Pré requis : Aucun.</p>
<p>Introduction à une formation individuelle</p> <p>Contexte et attentes du client Contexte et attentes du collaborateur en formation individuelle Objectifs spécifiques de la formation Mise en place de la formation – accompagnement</p> <p>Méthodologie d'achat sur un segment</p> <p>Définition claire des objectifs opérationnels de l'achat visé Etat des lieux sur les achats du segment considéré, tels qu'ils se pratiquent aujourd'hui : Qui ? Combien ? Dans quel but ? Comment ? Etat des lieux sur le marché (l'ensemble de l'offre) et sur le comportement de l'Entreprise sur ce marché Résumé des forces, faiblesses, contraintes, opportunités pour l'Entreprise Recherche des diverses stratégies applicables pour le segment considéré Recherche des divers leviers d'achat utilisables pour le segment considéré Le processus classique d'achat</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cahier des charges ❖ Sélection des prestataires à consulter (selon leurs moyens) ❖ Appel d'offres ❖ Négociation ❖ Contrat ❖ Evaluation des résultats des fournisseurs <p>Application concrète au cas de l'Energie électrique</p> <p>Les divers types d'énergies Spécificités du marché électrique Réglementation Typologie des divers acteurs du marché électrique Application concrète de la méthodologie aux achats d'électricité</p> <p>Application concrète au cas de l'Energie gazière</p> <p>Les divers types de gaz Spécificités du marché gaz Réglementation Typologie des divers acteurs du marché gazier Application concrète de la méthodologie aux achats de gaz</p>	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Issu des industries des secteurs de l'énergie. Spécialistes en achats industriels.</p> <p>Parcours pédagogique</p>  <p>La démarche consiste à réaliser des apports méthodologiques pour</p> <ul style="list-style-type: none"> • mieux les appliquer aux cas spécifiques des énergies. • pouvoir extrapoler la méthode sur d'autres segments d'achats.  <p>En formation individuelle la démarche ira jusqu'à la préparation détaillée du processus d'achat.</p>  <p>Intra entreprise Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif Inter entreprise par personne</p> <p>3 jours</p> <p>n.c.</p> <p>Réf : AC094</p>

ACHATS SPECIFIQUES

Maîtrisez vos coûts de services généraux

<p>Objectif : Savoir répertorier les coûts des services généraux et les agréger pour estimer leur poids économique au sein de l'entreprise. Savoir identifier les leviers de réduction des coûts à disposition des responsables des services généraux. Etre capable de calculer le coût complet d'une fonction interne. Comprendre la notion de seuil de rentabilité. Savoir arbitrer entre une prestation interne et l'externalisation. Maîtriser les outils de gestion prévisionnelle.</p>	<p>Personnes concernées Responsable des services généraux. Responsable du service Achats. Direction générale. Responsable budget voyages. Directeur des Achats. Directeur Financier. Dirigeant de centre de profit.</p> <p>Pré requis : Aucun.</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>↪ Les missions du responsable de SG dans la maîtrise des coûts</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les quatre axes de responsabilité du SG <ul style="list-style-type: none"> ❖ La relation client/fournisseur externe et interne ❖ La qualité du produit ou du service ❖ L'équipe (compétence/motivation) ❖ Les résultats ✚ Le responsable des SG au cœur des frais généraux de l'entreprise <p>↪ Comment répertorier les coûts ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Exploiter les données chiffrées internes : comptabilité, contrôle de gestion, RH,... ✚ Exploiter les données contractuelles <p>↪ Comment agréger les coûts dans une optique de coût complet ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ La comptabilité analytique et les différents types de coûts constituant le coût complet ✚ La terminologie des coûts <p>↪ Les types de coûts à charge des responsables de SG</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Qu'entend on par « frais généraux » ? <ul style="list-style-type: none"> ❖ Les achats externes ❖ Les fonctions internes ✚ Les deux peuvent être mêlés au sein d'une prestation externalisée <p>↪ Les frais généraux : poids économique, et leviers de réduction de coûts</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ De quoi parle t on ? ✚ Comprendre ce que recouvrent les achats externes de frais généraux ✚ Les composantes globales du coût de revient d'un achat externe de frais généraux (prestation ou produit) : trois grandes catégories 	<p>Le Formateur Spécialiste des Achats</p> <p>Méthode pédagogique</p>  <p>La pédagogie sera résolument centrée sur l'action et la participation des stagiaires.</p>  <p>Se succéderont : analogies et découvertes ; présentations d'expériences ; exposés théoriques ; questionnement de groupe ; études de cas soumis par les stagiaires ; travaux de synthèse.</p>  <p>Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Inter entreprise Tarif par personne</p> <hr/> <p>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC095</p>

- ❖ Coût d'acquisition
- ❖ Coût administratif
- ❖ Coût d'achat net

- ✚ La décomposition du prix d'achat au coût des litiges : la relation entre prix et coût
- ✚ Les leviers de réduction des coûts à disposition des responsables de SG

➤ **Comment calculer un coût complet d'une fonction interne**

- ✚ Elaborer une grille d'analyse des coûts des fonctions internes : accueil, voyages, sécurité de la masse salariale au consommables directs et indirects
- ✚ Présentation de deux cas concrets décomposés : un service accueil de trois hôtesse et un service courrier
- ✚ Travail en sous groupe sur deux autres cas : un service gardiennage et un service reprographie

➤ **La notion de seuil de rentabilité**

- ✚ Le seuil de rentabilité par rapport au chiffre d'affaires
- ✚ Le seuil de rentabilité dans les services généraux : la comparaison coût interne / prix externe
- ✚ Internalisation / externalisation et sous-traitance
- ✚ Quand décider de l'externalisation ? intérêt financier ou stratégique ?

➤ **La fixation des objectifs lors d'une externalisation : vers la maîtrise des coûts**

- ✚ Comment se doter d'objectifs concrets : formuler et clarifier les différents niveaux d'objectifs, des besoins et des contraintes
- ✚ La définition d'un objectif SMART et comment le reformuler

➤ **L'arbitrage prestation interne / achat externe pour atteindre le seuil de rentabilité**

- ✚ Réaliser un cahier des charges pour l'externalisation d'une fonction interne

➤ **Les outils de gestion prévisionnelle à disposition des responsables de SG**

- ✚ Construire ses propres tableaux de bords en fonction de l'analyse des coûts internes
- ✚ Définitions : budget et planification
- ✚ Comment intégrer la prévision à MT dans la stratégie de l'entreprise
- ✚ La cible et les prévisions croisées par nature de coût et activités

ACHATS SPECIFIQUES

Achats de sous-traitance – Choisir et gérer ses sous-traitants

<p>Objectif : Connaître les diverses formes de "sous-traitance" et les stratégies d'achat pertinentes. Découvrir le processus adapté aux achats de sous-traitance et les méthodes d'achat utilisables avec les sous-traitants. Connaître les aspects juridiques liés à la sous-traitance de marché.</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>Le contexte de la sous-traitance et ses différentes formes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Définition de l'externalisation ; objectifs et stratégies d'achats applicables ✚ Définition des diverses sous-traitances industrielles ; objectifs et stratégies d'achats applicables ✚ Définition de la sous-traitance de marché ; objectifs et stratégies d'achats applicables <p>Le processus d'achat dans le cas des diverses sous-traitances</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Le rôle majeur du cahier des charges ✚ Les notions d'immixtion et d'obligations de moyens et/ou de résultats ✚ L'importance de l'évaluation préalable des sous-traitants et de leur pérennité ✚ Comment bâtir une comparaison multicritères dans le cas de prestations de services, dont la sous-traitance ✚ Le contrat de sous-traitance ✚ La performance du sous-traitant ; mesure, suivi, conséquences et voies de progrès <p>Les aspects juridiques</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Aspects juridiques liés aux contrats de prestations ✚ Cas particulier des sous-traitances industrielles ✚ Cas particulier des sous-traitances de marché 	<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> <p>2 jours</p> <p>1 150 €</p> <p>Réf : AC057</p>

APPROVISIONNEMENTS, LOGISTIQUE

Mettre en place les approvisionnements

<p>Objectif: Comprendre les termes et notions fondamentaux des approvisionnements. Déterminer dans une organisation simple (mono - atelier) la méthode d'approvisionnement à déployer ainsi que les paramètres à mettre sous contrôle. Détecter les principales faiblesses des approvisionnements en cours.</p>	<p>Personnes concernées Toute personne devant se familiariser avec les approvisionnements industriels</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>Pré requis : aucun</p>
<p>➤ Les enjeux des approvisionnements</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ni trop, ni trop peu... ➤ Les implications financières directes et indirectes des problèmes d'approvisionnements ➤ Implications visibles et invisibles <p>➤ Les principales méthodes d'approvisionnements</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le MRP: principe, termes employés ➤ Le Juste à temps: principes, conditions nécessaires, avantages, mise en place ➤ Méthodes d'approvisionnements particulières <ul style="list-style-type: none"> ❖ Point de commande ❖ Kanban ❖ Appels de livraison ❖ Stocks de consignation <p>➤ La relation au fournisseur</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les prévisions d'achats: nature, lien contractuel, confirmations à obtenir du fournisseur ➤ Les commandes: contenu, méthodes d'envoi, confirmations de commande, re-cadencements... <p>➤ Le suivi des stocks</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Erreurs possibles ➤ Surconsommations <p>➤ Utilisation de l'informatique</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Achats par outils bureautiques ➤ Systèmes MRP, ERP 	<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: Cas proposés, et propositions de mise en place 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>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC069</p>

APPROVISIONNEMENTS, LOGISTIQUE**Sécuriser ses approvisionnements industriels**

<p>Objectif : Fournir les éléments permettant de connaître par avance les risques d'approvisionnements et mettre en place les moyens de les minimiser. Donner les principaux outils pour détecter les retards. Auditer ses propres pratiques, relever les maillons faibles, mettre en place des outils préventifs adaptés.</p>	<p>Personnes concernées Acheteurs, approvisionneurs, chefs de projets, membre de direction générale, voulant prémunir leur entreprise contre les ruptures d'approvisionnements</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	
<p>↷ La nécessité de la surveillance des approvisionnements</p> <p>↷ Les principales causes de problèmes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Retards de développements ✚ Instabilité de processus de production ✚ Rendements insuffisants ✚ Saturation du marché ✚ Variations de la demande ✚ Erreurs de planification, de stocks etc... ✚ Problèmes environnementaux <p>↷ La prévention</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Analyse de la capacité du fournisseur: connaissance métier, organisation qualité, capacité de production, flexibilité. ✚ Détection des risques environnementaux. ✚ Planification des besoins, et de leur espace de variation. ✚ Revue des capacités ✚ Information en Comité de Direction, et confirmation ✚ Confirmation des prévisions ✚ Confirmation des commandes ✚ Suivi qualité ✚ Détection préventive des changements de situation (nouvelles technologies, nouveaux équipements, nouveaux sites de production,...) <p>↷ Le traitement correctif</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Retards techniques ✚ Saturation du marché (allocations...) ✚ Variations brusques ✚ Savoir valoriser les situations difficiles 	<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: 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>
2 jours	
1 150 €	
Réf : AC080	

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 : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com

APPROVISIONNEMENTS, LOGISTIQUE

Maîtrisez ses approvisionnements

<p>Objectif : Mettre en place et optimiser des solutions amont et aval d'approvisionnements à travers le Monde. Connaître les approches de prévention, suivi et correction de vos approvisionnements.</p>	<p>Personnes concernées Acheteurs, approvisionneurs, chefs de projets, membre de direction générale, voulant prémunir leur entreprise contre les ruptures d'approvisionnements</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>↻ Problématique courante</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Votre entreprise peut être confrontée à de nombreuses difficultés issues d'un environnement en perpétuel changement: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Disparition du fournisseur, modification de sa structure ❖ Augmentation, effondrement brusques de vos demandes internes ❖ Problèmes exogènes: conflits locaux, tensions sur les marchés ❖ Modifications de la nature de vos besoins internes: changements de métiers, changements de méthodes de travail, modification de l'usage de l'ERP... <p>↻ Réponses appropriées</p> <p><i>Apporter à vos équipes d'acheteurs et d'approvisionneurs:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les moyens de comprendre la demande interne à l'entreprise ✚ Les moyens d'analyser la capacité de livraisons des fournisseurs <ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacités volumiques ❖ Qualité ❖ Capacité à absorber des variations de demande ✚ Les moyens de transformer ces contraintes en paramètres exploitables par une organisation de gestion, y compris informatique ✚ L'aptitude à communiquer des demandeurs aux fournisseurs et des fournisseurs aux demandeurs pour permettre la meilleure exploitation possible des ressources en fonction des besoins ✚ La capacité à surveiller à chaque étape les disponibilités d'approvisionnements et à prendre les mesures correctives qui s'imposent <p>↻ Bénéfices attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Réduction des stocks et en cours ✚ Réduction des ruptures d'approvisionnements ✚ Augmentation des réponses favorables de l'entreprise à des demandes imprévues 	<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: 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 style="text-align: center;">2 jours</p> <hr/> <p style="text-align: center;">1 150 €</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : AC085</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 : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com

INGENIERIE SYSTEME

Soutien logistique intégré

<p>Objectif : Connaître les concepts fondamentaux du Soutien Logistique Intégré (SLI), les notions de coût global de possession et de maintien en condition opérationnelle.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u></p> <p>Toute personne devant mettre en place un soutien logistique intégré pour un nouveau système (ensemble organisé de matériels, logiciels, compétences humaines, processus en interaction,...)</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Le concept du soutien logistique intégré (SLI)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Historique - Les principes généraux du SLI - Les objectifs du SLI <p>Introduction à la Fiabilité, Maintenabilité, Disponibilité et Sécurité (FMDS)</p> <ul style="list-style-type: none"> - La sûreté de fonctionnement - L'AMDEC - La fiabilité - La maintenabilité - La disponibilité - La sécurité <p>L'analyse du Soutien Logistique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le programme ASL (Norme MIL STD 1388 1A) - L'arborescence logistique - Le concept de la maintenance - Les études LORA (Level Of Repair Analysis) & RMC (Reliability Centered Maintenance) - Travaux pratiques (exercices LORA) <p>La base de l'analyse du soutien logistique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition - Structure (Norme MIL STD 1388 2B) - Utilisations de la BASL dans le cycle de vie - Le dimensionnement de la BASL <p>Les composantes du système de soutien</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le Plan de maintenance - La documentation - Les outillages et moyens de test - Le personnel et l'assistance technique - La formation - Les rechanges - L'EMST - Les infrastructures - Les logiciels - La gestion de configuration - Travaux pratiques (exercices relatifs aux produits logistiques) <p>Le coût global de possession (LCC : Life Cycle Cost)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition - Décomposition d'un LCC (CNS) - Analyse LCC - Les limites du LCC - Travaux pratiques (exercice LCC) <p>Le Maintien en Condition Opérationnelle (MCO)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définition - Le contrat MCO - L'assistance technique - Le soutien constructeur - La gestion des obsolescences - Le ravitaillement, les révisions, les réparations - Le retour d'expérience <p>Le management SLI (Soutien Logistique Intégré)</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'organisation SLI - Le contrat SLI - Le Plan SLI et les Plans Produits Logistiques 	<p>Le Formateur</p> <p>Spécialiste de l'Ingénierie Système.</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 style="text-align: center;">3 jours</p> <hr/> <p style="text-align: center;">1 550 €</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : AC086</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 : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com

Aspects juridiques des Achats

<p>Objectif : Connaître les définitions juridiques des types de contrats et leurs spécificités. Maîtriser le risque contractuel de l'acheteur, en prévoyant les clauses adéquates du le contrat, dès la phase pré-contractuelle d'évaluation et de sélection des fournisseurs. Savoir rédiger un contrat d'achat, un contrat de sous-traitance et un contrat de prestations de services.</p>	<p><u>Personnes concernées :</u></p> <p>Responsables d'achats, acheteurs et "décideurs" en charge de négocier et contracter avec leurs sous-traitants, prestataires de services ou fournisseurs.</p> <p>Pré requis : Aucun</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>Journée 1</p> <p>Quizz de connaissances sur les contrats d'achat et analyse détaillée des réponses</p> <p>Les divers types de contrats d'achat</p> <p>La formation du contrat ; les preuves du contrat</p> <p>Les éléments indispensables pour créer une commande</p> <p>Les risques les plus fréquents à l'achat et les moyens contractuels de les éviter</p> <p>Les clauses importantes dans un contrat d'achat de biens ou de services</p> <p>Le débat entre les CGV du vendeur et les CGA de l'acheteur</p> <p>Journée 2 : approfondissement de clauses spécifiques</p> <p>Les garanties</p> <p>La non-conformité (selon Convention de Vienne)</p> <p>Le rôle des Incoterms</p> <p>Le transfert de propriété</p> <p>Les obligations de moyens et de résultats</p> <p>Le délit de marchandage et le prêt de main d'œuvre illicite</p> <p>La sous-traitance de marché (loi 1334 du 31/12/75)</p> <p>Résolution et résiliation</p> <p>Indexation des prix</p> <p>Confidentialité, non-sollicitation,</p> <p>Etc....</p> <p><i>Au cours des deux journées, des cas réels et vécus apportés par les participants seront examinés en sous-groupe et commentés par l'intervenant.</i></p>	<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</p> <p>Présentation/ animation avec PowerPoint</p> <p>Exemples concrets</p> <p>Travaux de groupes</p> <p>Intra entreprise</p> <p>Lieu de Formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Tarif Inter entreprise par personne</p> <hr/> <p>2 jours</p> <hr/> <p>1 150 €</p> <hr/> <p>Réf : AC074</p>

Catalogue PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

Formation juridique des acheteurs

<p>Objectif : Maîtrise des bases juridiques pour la pratique de la fonction Achat. Identification et prévention des risques liés à la fonction Achat. Rédaction des appels d'offres et des différents contrats. Accroître la performance du service Achat. Donner à l'Acheteur les outils et méthodes pour être en phase avec ses services administratifs, juridiques et financiers. Cette formation donnera aux Acheteurs de l'entreprise les bases juridiques nécessaires à l'exercice de leur profession dans de meilleures conditions. A l'issue de ce séminaire, les participants auront acquis une connaissance plus précise des contrats et des enjeux qu'ils négocient pour le compte de leur entreprise. Ils auront également pris conscience du rôle essentiel qu'ils jouent dans l'entreprise.</p>	<p>Personnes concernées Directeur et responsables des achats, assistants des achats, chefs de projet, acheteurs projet, juristes intervenant dans la validation ou la contractualisation des achats, responsables des services généraux et des services logistiques, fonctions liées à l'international.</p> <p>Pré requis : Une expérience de la fonction achat ou des contacts avec les fournisseurs.</p>
<p>PROGRAMME</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les principes fondamentaux du droit des contrats et des obligations, obligation de moyen, de résultats et de conseil ✚ Contrat de vente et contrat d'achat ; la chose et le prix ; la qualité, les délais, lettre d'intention et appel d'offre, cahier des charges, les documents contractuels, Notions sur la théorie du mandat, etc. ✚ La hiérarchie des normes et des règles de droit ✚ La gestion du risque lié à la compétence technique de l'acheteur, les experts ✚ La gestion du risque/fournisseur, structure juridique des fournisseurs, filiales, cession des contrats ✚ Aperçu sur les procédures collectives du fournisseur ou du prestataire : redressement et liquidation judiciaire ✚ Les contrats de prestation : maintenance, sous-traitance, évolution ; les contrats de fournitures ✚ Le paiement et les aspects financiers : acompte, révision, délai et mode de paiement, barèmes, caution, garanties, pénalités, etc. ✚ Les conditions générales de vente et d'achat, les clauses essentielles, gestion des contradictions ✚ Transport, livraison : rythme et flux tendu, réception, installation, transfert de propriété et des risques, réserve de propriété, les vices cachés, les clauses limitatives de responsabilité, les clauses résolutoires, renouvellement, etc. ✚ Notions essentielles sur : la propriété industrielle (marques, brevets, théorie de l'apparence), 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 principaux pièges à éviter, les risques majeurs et les solutions, les contrats électroniques et le commerce lié à Internet ✚ Les contrats européens (règlements et directives) et internationaux, aperçu sur le droit international privé, les attributions de compétence et les conventions internationales : arbitrage, incoterms, garantie bancaire, assurance-crédit, crédit documentaire, lettre de crédit, FOB, risques de change, etc. ✚ Les risques spécifiques de l'international : la force majeure, les pays à risque, exécution des jugements et les exequatur ✚ Procédures douanières, les principaux problèmes, les transitaires, les assurances ✚ La gestion des conflits, le non-respect du contrat, les litiges, la rupture, le contentieux ✚ Le refus de vente, l'abus de position dominante, pratiques discriminatoires ✚ La foire aux questions de l'Acheteur : les vingt questions les plus fréquentes 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Juriste spécialisé et ancien avocat pénaliste.</p> <p>Méthode pédagogique</p>  <p>Définition des objectifs et des pratiques des participants. Pédagogie interactive de QCM et d'identification des problèmes intégrant de courtes périodes magistrales. Enseignement basé sur des cas précis liés à la vie de l'entreprise. Utilisation des documents internes. Cas pratiques et exercices.</p> <p>Intra entreprise Lieu de formation : dans la ville de votre choix.</p> <p>Inter entreprise Tarif par personne</p> <hr/> <p style="text-align: center;">3 jours</p> <hr/> <p>Prix : nous consulter</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : AC089</p>

JURIDIQUE**Les aspects juridiques et contractuels des achats**

<p>Objectif : Apprendre à rédiger et suivre son contrat en maîtrisant les bases juridiques et en connaissant les responsabilités de l'acheteur. Savoir élaborer un contrat d'approvisionnement à partir d'exercices pratiques. Verrouiller les relations contractuelles avec vos fournisseurs en maîtrisant les principes généraux du droit douanier et en utilisant au mieux les dispositions contractuelles pour se prémunir en cas de litige.</p>	<p>Personnes concernées</p> <p>Directeur et responsables des achats, assistants des achats, chefs de projet, acheteurs projet, juristes intervenant dans la validation ou la contractualisation des achats, responsables des services généraux et des services logistiques, fonctions liées à l'international.</p> <p>Pré requis : Une expérience de la fonction achat ou des contacts avec les fournisseurs.</p>
<p>PROGRAMME</p>	<p>PEDAGOGIE</p>
<p>1^{ère} Journée : REDIGER ET SUIVRE SON CONTRAT</p> <ul style="list-style-type: none"> + Evaluer la responsabilité juridique du responsable des achats <ul style="list-style-type: none"> × Définir le rôle du responsable des achats d'un point de vue juridique × Identifier vos responsabilités et la délégation des pouvoirs × Connaître les règles de droit touchant le responsable des achats + Préparer la phase préalable à l'acte contractuel d'achat <ul style="list-style-type: none"> × Comment lancer un appel d'offres × Comment rédiger ou interpréter des conditions générales d'achat et de vente + Les engagements du responsable des achats <ul style="list-style-type: none"> × Acquisition de quelques réflexes juridiques indispensables : × L'obligation précontractuelle de renseignement × Les publicités × Les documents contractuels × La preuve en matière commerciale + Assurer le suivi de la relation contractuelle <ul style="list-style-type: none"> × Évaluer le risque d'une acceptation tacite × Gérer les conflits : l'exception d'inexécution × Identifier les cas de force majeure × Rédiger les courriers et procès-verbaux × Connaître les conditions de cession du contrat × Appréhender les formes de variation des prix + Les formes de coopération susceptibles d'être rencontrées par le directeur des achats dans la pratique <ul style="list-style-type: none"> × Maîtrise d'œuvre : diriger et coordonner vos prestations × Co-traitance : évaluer les risques liés à la solidarité des co-traitants × Sous-traitance : délimiter les obligations légales de l'entrepreneur principal et des sous-traitants × Facilities management : infogérance, externalisation + Exercice pratique : élaborer un contrat d'approvisionnement <p><i>Cette partie se déroulera de manière interactive entre le formateur et les participants, permettant à chacun d'élaborer un contrat de toutes pièces et de définir les différentes obligations contractuelles. Ils tenteront de déterminer successivement :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> × L'impact d'une obligation de moyens ou de résultats × Les garanties légales et contractuelles : la garantie légale des vices cachés, la garantie contractuelle 	<p>Le Formateur Juriste spécialisé et ancien avocat pénaliste.</p> <p>Méthode pédagogique</p>  <p>Définition des objectifs et des pratiques des participants. Pédagogie interactive de QCM et d'identification des problèmes intégrant de courtes périodes magistrales. Enseignement basé sur des cas précis liés à la vie de l'entreprise. Utilisation des documents internes. Cas pratiques et exercices.</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> <p>2 jours</p> <p>Prix : nous consulter</p> <p>Réf : AC090</p>

- × Les délais et pénalités
- × Les délais de livraison
- × Les délais de paiement négociables
- × La facturation
- × Les obligations légales en matière de facturation
- × Les mentions obligatoires à porter sur la facture
- × Le transfert de propriété : les biens corporels, les biens incorporels

2nd Jour : VERROUILLER LES RELATIONS CONTRACTUELLES AVEC VOS FOURNISSEURS

Les critères douaniers du choix d'un fournisseur

- × Maîtriser les principes généraux du droit douanier
- × Le droit communautaire et le droit national, les relations entre les tarifs douaniers et les accords internationaux
- × Mesurer l'importance du choix d'un pays d'origine : le dilemme CEE - hors CEE, connaître les règles d'origine des relations préférentielles
- × Evaluer la valeur en douane des marchandises importées grâce aux méthodes comparatives, déductives, calculées ou de dernier recours
- × Identifier la notion et l'importance du classement tarifaire
- × Connaître les mesures de protection commerciale
- × Dumping et contingents

Connaître les modalités pratiques des critères douaniers

- × Identifier l'utilisation des 3 régimes suspensifs :
 - l'entreposage
 - l'utilisation
 - la transformation
- × Maîtriser vos relations avec les commissaires en douane et le contentieux douanier

Les critères du droit économique du choix d'un fournisseur

Le droit économique fournit à l'acheteur des instruments précieux de connaissance des conditions commerciales du fournisseur.

Les participants examineront à partir de nombreux exemples de jurisprudence :

- × Le débat cgv/cga
- × La règle de non-discrimination
- × La règle de transparence précontractuelle
- × Les règles de facturation

Repérer les clauses anticoncurrentielles

- × Les clauses d'exclusivité
- × Les clauses de non-concurrence
- × L'interdiction d'exporter

Comment utiliser au mieux les dispositions contractuelles pour se prémunir en cas de litige

- × Les mises en demeure et sommation
- × L'exécution forcée
- × Cerner les causes possibles de responsabilité : jusqu'où peut-on aller ? que peut-on réclamer ?

Formation juridique initiale des acheteurs

<p>Objectif : Comprendre les enjeux juridiques de la fonction Achat pour pouvoir la pratiquer avec plus de sécurité et d'efficacité. Identification et prévention des risques liés à la fonction Achat. Cette formation donnera à ceux qui exercent une fonction Achat en PME/PMI les notions juridiques de base leur permettant d'exercer les Achats dans de meilleures conditions. A l'issue de ce séminaire, les participants auront acquis une connaissance juridique plus précise des contrats qu'ils négocient pour le compte de leur entreprise.</p>	<p>Personnes concernées</p> <p>Toute personne ayant à exercer une fonction Achat dans l'entreprise. Cette formation s'adresse à ceux qui n'ont jamais suivi de formation spécialisée ou qualifiante de la fonction Achat et qui souvent, en PME/PMI, exercent la fonction Achat en plus d'une autre fonction.</p> <p>Pré requis : Aucun.</p>
<p>PROGRAMME</p> <ul style="list-style-type: none"> ✚ Les principes fondamentaux du droit des contrats et des obligations ✚ Contrat de vente et contrat d'achat ; la chose et le prix ; la qualité, les délais, les documents contractuels ✚ Notions sur la théorie du mandat ✚ La gestion du risque/fournisseur, structure juridique des fournisseurs, filiales ✚ Les contrats de prestation : maintenance, sous-traitance; les évolutions ✚ Les contrats de fournitures ✚ Le paiement et les aspects financiers : acompte, révision, délai et mode de paiement, barèmes, caution, garanties, pénalités, etc. ✚ Les conditions générales de vente et d'achat, les clauses essentielles, la gestion des contradictions ✚ Transport, livraison, réception, installation, transfert de propriété et des risques, réserve de propriété ✚ Les vices cachés, les clauses limitatives de responsabilité, les clauses résolutoires, etc. ✚ La foire aux questions de l'Acheteur : les dix questions les plus fréquentes 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur Juriste spécialisé et ancien avocat pénaliste.</p> <p>Méthode pédagogique</p>  <p>Définition des objectifs et des pratiques des participants. Pédagogie interactive de QCM et d'identification des problèmes intégrant de courtes périodes magistrales.</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> <p style="text-align: center;">1 jour</p> <p>Prix : nous consulter</p> <p style="text-align: center;">Réf : AC091</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 : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : www.proformalys.com

Quelques références du Groupe ProFormalys:

Aérospatiale, Aplitec, Alstom, Assystem, Axalto, Agence de la Biomédecine, Laboratoire Boiron, Bombardier, Le Bon Marché, BP Algérie, Hôtel et Restaurant Le Bristol Paris, Bristol Myers Squibb, Bull, Bruneau, CARI, CCI de Paris, CCI Nord Pas de Calais, CEA, Cegetel, CEMAGREF, CEREQ, Laboratoires Chiesi, Christian Lacroix, Chronopost, Cité des Sciences, le Club Méditerranée, Clyde and Co, CNAF, CNEAP, CNED, Conseil Général du Loiret, CORA, CS, CWF, Dassault Aviation, DCN, DRSM, Ecolab, EMOC, Fabris, FARECO, Fidelia, Groupe Fayat, Hewlett Packard, Chaîne des hôtels Hilton, Histoire d'Or, Kodak Industrie, LVMH, MBDA, Louvre Hôtels, Lucien Barrière, Mac Donalds, Mairie d'Arras, Mairie de Paris, Ministère de l'Éducation, Ministère de la Défense, Groupe La Mondiale, MSA Gallet, Norske Skog, Novacel, Polistyl, PPG Industries International, Q-PARK, Quick, ONA Maroc, Saft Power Systems, RAM, Rei Boehringer, Renault, RFF, Right Garon Bonvalot, Saint-Gobain, Sanofi, Schlecker, Sejer, SIH, SNCF, Socom, SPIE, Tarkett, Veolia, VVF Vacances, Unafo, VINCI, Wagram Music, Yves Rocher, ...