

2018



CATALOGUE DES FORMATIONS

COLFISHER | 3 rue des halles 85620 Rocheservière

SAS AU CAPITAL DE 5000€- SIRET 811 490 119 00021-RCS LA ROCHE SUR YON -NAF : 7022Z

ORGANISME DE FORMATION 52 85 019 7185 IDENTIFICATION TVA : FR65 811 490 119

LES BASES DE L'ACHAT

DUREE : 1.5 JOURS

PUBLIC CONCERNE :

- Toute personne réalisant des achats au sein de l'entreprise
- Acheteur débutant

PRE REQUIS :

- Aucun

OBJECTIFS :

- Prendre conscience des impacts d'un acte d'achats sur l'entreprise
- Identifier les différentes actions d'un acte d'achats
- Mesurer les enjeux pour l'entreprise

METHODE ET MOYENS

Formation présentielle

- Théorie
- Exemples concrets/cas pratiques

MODALITES D'EVALUATION

Plan d'actions personnalisé

PROGRAMME

1) Descriptif du processus Achat

Les différentes étapes du processus achat : de la définition de besoin à l'approvisionnement et au suivi des fournisseurs.
Les enjeux des différentes étapes.

2) La définition de besoin

L'analyse des besoins.
Comment rédiger un cahier des charges.

3) Stratégie d'achats

Les différentes stratégies d'achats et leurs contextes d'application.

4) Sourcing/Sélection des fournisseurs

Les critères de sélection des fournisseurs.
Processus de référencement.
Construire un budget achats.

5) Le contrat d'achat

Comment gérer la relation fournisseur.
Les différents types de contrats.

6) Le suivi

L'évaluation des fournisseurs.
Les indicateurs de performance.
L'optimisation du portefeuille.

STRUCTURER SES ACHATS

DUREE : 3 JOURS

PUBLIC CONCERNE :

- Dirigeants PME/TPE n'ayant pas de service achat
- Service achat souhaitant prendre du recul sur son organisation

PRE REQUIS :

- Aucun

OBJECTIFS :

- Mesurer l'intérêt de l'organisation des achats
- Faire des achats un levier de performance
- Professionnaliser la fonction
- Distinguer achats et approvisionnement

METHODE ET MOYENS :

Formation présentielle

- MAP
- SWOT
- SPEEDBOAT
- Plan d'actions

MODALITES D'EVALUATION

Questionnaire

PROGRAMME

1) Identifier le processus achat au sein de son organisation

Mapping de l'organisation en cours

2) Calculer les enjeux de la structuration

Identifier les manques et les zones de risques de l'organisation en cours et des outils en place

Analyser les forces et faiblesses de l'organisation et des outils en place.

Identifier les opportunités d'une nouvelle organisation.

3) Dégager un plan d'actions pour amélioration de l'organisation

Objectifs.

Plan d'actions.

DE LA STRATEGIE COMMERCIALE A LA STRATEGIE D'ACHATS

DUREE : 4 JOURS

PUBLIC CONCERNE :

- Dirigeants, Directeurs Achats, responsables achats, acheteurs

PRE REQUIS :

Stratégie commerciale d'entreprise existante

OBJECTIFS :

- Elaborer une stratégie d'achats en ligne avec les objectifs, les valeurs de l'entreprise
- Mettre en place les outils pour la stratégie
- Faire des achats un levier de performance

METHODE et MOYENS:

Formation présentielle

- Théorie
- Exemples concrets

MODALITES D'EVALUATION

Plan d'actions personnalisé

PROGRAMME

1) Segmentation du portefeuille achats

Pourquoi segmenter/comment segmenter.
Segmentation du portefeuille.

2) Analyse du besoin

Analyse des besoins internes : Définir les incontournables, les priorités, les contraintes.

Définir un budget achat.

3) Analyse des marchés fournisseurs

Dans quel contexte évolue t on ? Données principales des marchés.

Outil de classification des fournisseurs.

4) Evaluation contraintes et risques

Matrice des risques.

Cartographie du portefeuille.

5) Etablissement de la stratégie :

- a. Objectifs
- b. Plan d'actions

6) Mise en œuvre/pilotage

Retroplanning.

Indicateurs.

PILOTER SA STRATEGIE ACHAT/MESURER LA PERFORMANCE

DUREE : 1.5 JOURS

PUBLIC CONCERNE :

- Dirigeants, Directeurs Achats, responsables achats, acheteurs

PRE REQUIS :

Stratégie achat existante/budget achat existant

OBJECTIFS :

- Mettre en place les indicateurs de performance des achats
- Amélioration continue du processus achat

METHODE et MOYENS :

Formation présentielle

- Théorie
- Exemples concrets

MODALITES D'EVALUATION

Plan d'actions personnalisé

PROGRAMME

1) Pourquoi mettre en place des indicateurs ?

Qu'est ce que la performance achat dans mon entreprise ?
La performance achat est elle mesurée ?
Comment évaluer une stratégie, suivre sa mise en place .

2) Que veut on mesurer ?

Définir les priorités.

3) Elaboration des indicateurs

Suivi budget : effet prix, effet volume, effet mix.
Fixer des objectifs atteignables et engagés.

4) Pilotage et suivi

Amélioration continue, révision.

LA NEGOCIATION COMMERCIALE PAR LA STRATEGIE DES GAINS MUTUELS

DUREE : PARTIE 1 : 1 JOUR/PARTIE 2 : 3 JOURS

PUBLIC CONCERNE :

- Toute personne réalisant des négociations
- Dirigeants
- Directeurs, responsables achats, acheteurs, directeurs, responsables commerciaux, commerciaux

OBJECTIFS :

- Connaître les clés de la méthode
- Sortir des négociations de position
- Innover sur ses négociations

METHODE et MOYENS :

Formation présentielle

- Théorie
- Exemples concrets
- Mise en situation sur cas réels vécus par le participant

MODALITES D'EVALUATION

Questionnaire

PROGRAMME

PARTIE 1 :

1) Qu'est ce qu'une situation de négociation

Est-ce que je suis préparé à chaque situation de négociation ?

2) Les limites des méthodes classiques

Méthodes classiques.
Impacts sur le résultat de la négociation.
Impact sur la relation.

3) Qui suis-je comme négociateur

Être conscient de son « style », ses avantages et ses inconvénients.

4) Méthode « Stratégie des gains mutuels » (« Principe négociation »)

Les points de la méthode.
Grille de préparation.

PARTIE 2 :

Utilisation de la méthode : mise en situation sur cas réel.

Conduite d'une négociation en binôme avec le formateur
(« coaching »)

- 1) Préparation négociation
- 2) Réalisation de la négociation
- 3) Débrief
- 4) Plan d'actions pour amélioration

COACHING NEGOCIATION

DUREE : SELON SUJET

PUBLIC CONCERNE :

- Toute personne réalisant des négociations
- Dirigeants, directeurs, responsables de service

PRE REQUIS :

Connaître la méthode de stratégie des gains mutuels

OBJECTIFS :

- Mettre en œuvre la méthode de la stratégie des gains mutuels dans son quotidien

METHODE et MOYENS

Formation présentielle et points téléphoniques

- coaching

MODALITES D'EVALUATION

Plan d'actions personnalisé

PROGRAMME

1) Analyse du sujet, que veut on obtenir ?

Éléments de contexte.

Formuler les résultats que l'on veut obtenir, les enjeux de la négociation.

Quels sont les intérêts des différentes parties en présence ?
Quel est l'état de la relation ?

2) Recherche d'éléments chiffrés

Quels sont les critères objectifs sur lesquels baser sa demande ?

3) Ma demande est elle recevable ?

Comment l'améliorer ?

Tous mes intérêts sont ils couverts ?

Construire un accord judicieux.

4) Construction de la stratégie de négociation

Comment vais-je m'y prendre pour faire la demande, la discuter ?

5) Suivi de la négociation

Négociation effectuée par le stagiaire en présence du formateur.

6) Debriefing

A-t-on obtenu le résultat recherché ?

Où en est la relation ?

Aller plus loin ?