

# SELECTION ET EVALUATION DES FOURNISSEURS

## Public/Pré-requis

Acheteur débutant.

## Objectifs

- Evaluer le marché fournisseurs pour sélectionner les mieux adaptés à son contexte.
- Maîtriser le risque fournisseur.
- Obtenir l'adhésion du fournisseur sur les éléments clés du besoin de l'entreprise.
- Suivre la performance du fournisseur.

## Durée

2 jours

## Pédagogie

Pédagogie active basée sur des cas concrets.

## Validation

Attestation de formation.

## Formateur

J. GUIRARD : Chef d'entreprise, spécialiste en actions d'optimisation de coûts, et en audit pour les états des lieux de processus achats actuels.

## Programme

### Concevoir le rôle et l'importance d'une stratégie marketing achats dans l'entreprise

- Les concepts clés et état d'esprit du marketing achats.
- Concevoir une stratégie marketing.

### Analyser et comprendre les spécificités du marché fournisseurs

- Les sources d'informations pour analyser le marché fournisseurs.
- Les différents types de marché fournisseurs.
- Déterminer les risques et opportunités du marché fournisseurs.
- L'évaluation des risques fournisseurs.

### Élaborer un plan d'actions marketing achats optimal

- L'analyse des besoins de l'entreprise.
- L'élaboration d'une stratégie achats liée aux caractéristiques du marché.

### Le sourcing fournisseurs

- Réaliser un inventaire des fournisseurs susceptibles de répondre aux besoins de l'entreprise.
- Établir la RFI (fiche fournisseur).
- Définir les principales thématiques de la RFI.

### Evaluer et améliorer les prestations fournisseurs

- Le benchmarking et les meilleures pratiques achats.
- L'évaluation des fournisseurs.
- Le Supplier Relationship Management.
- Le plan de progrès fournisseurs.
- Déployer les actions d'amélioration de la performance fournisseur.