

# CATALOGUE DE FORMATIONS

## Achat Logistique et Négociation

### Formation 2021

# OPTIMISATION DES COÛTS INTERNES ET EXTERNES « costs optimizing »

**(4 Jours)**

Face à une économie mondialisée toujours plus concurrentielle, les entreprises ont de plus en plus de difficultés à être compétitives. Elles sont incitées à développer des programmes de réduction des coûts colossaux pour générer des marges plus importantes. Or La compétitivité ne peut se construire sur une chasse exclusive aux gaspillages mais par l'optimisation des coûts.

L'optimisation des coûts a pour objet d'analyser et d'agir sur tous les coûts internes et externes de l'entreprise afin de les réduire de manière durable.

Cette formation a pour objet d'analyser l'ensemble des coûts internes et externes de l'entreprise (Achats, gestion des stocks, contrats, frais généraux etc...) à l'exclusion des frais de personnels afin de les réduire à leur juste niveau et ce de manière durable.

## **OBJECTIFS :**

- Être capable de faire un audit des différents coûts internes
- Être capable de faire l'analyse ABC de l'ensemble des coûts
- Savoir détecter les « surcoûts »
- Savoir manager les coûts au lieu de les subir
- Être capable de monopoliser l'ensemble de l'entreprise pour

lutter contre les « surcoûts »

## **PROGRAMME : OPTIMISATION DES COÛTS**

### **1 – DEFINITION**

### **2 – L'ANALYSE ABC**

2.1. – L'objectif : Analyse ABC des dépenses de frais généraux et des coûts

2.2. – L'audit interne des coûts

### **3 - LA DEMARCHE**

3.1. – **Comment analyser les coûts**

3.2. – **Où trouver les informations ?**

### **4 - CIBLER LES COÛTS A OPTIMISER**

4.1. – **Analyse ABC**

4.2. – **Cibler les coûts prioritaires à réduire**

4.3. – **La mise en œuvre de la réduction des coûts**

### **5 - LES METHODES POUR OPTIMISER LES COÛTS**

5.1. - **Rédiger correctement le cahier des charges**

5.2. - **Réduire le panel Fournisseurs**

5.3. - **Réduire du stock**

5.4. – **Analyser les contrats**

### **6 - LES OBJECTIFS**

6.1. - **Savoir Acheter : « Acheter mieux pour acheter moins »**

6.2. - **Savoir Gérer ses Achats et ses stocks**

6.3. - **Avoir recours à l'externalisation ou à la sous-traitance**

**6.4 – Savoir rédiger les contrats et les faire appliquer**

## **6.5.- Transformer les acteurs de l'entreprise en "Optimiseur de coûts".**

## **7 - LES GAINS POTENTIELS A COURT, MOYEN ET LONG TERME**

### **7.1 - Les gains en externe**

### **7.2 - Les gains en interne**

## **9 – CONCLUSION**

### **Méthodes :**

- Support papier ou informatique
- Utilisation d'un vidéo projecteur
- Nombreux cas pratiques pour vérifier la compréhension du groupe
- Etude de cas
- Partage d'expériences avec l'animateur
- Questions/réponses
- Etude de cas final
- Choix du thème en lien avec la formation que le stagiaire s'engage à mettre en

**Œuvre dans son entreprise dans un délai de 6 mois**

# FORMATION A LA GESTION DES STOCKS

**(4 jours)**

**Public:** Gestionnaire de stocks, magasiniers, personnels de la réceptionmarchandises.

## **Objectifs :**

- Comprendre la gestion des stocks
- Appréhender l'impact financier d'un stock
- Maîtriser le processus d'entrée et de sortie de stock
- Comprendre le rôle d'un inventaire

## **Objectifs pédagogiques :**

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Être capable de gérer un stock
- Comprendre les opérations d'entrée et de sortie d'un stock
- Appréhender le coût d'un stock
- Être capable de mettre en œuvre un inventaire.

## **Programme :**

### **1- GENERALITES**

### **2 - ANALYSE PREALABLE DES CONSOMMATIONS**

2.1 - Analyse de Pareto et ABC

2.2 - Méthode d'analyse globale du stock

2.3 - Différentes approches des taux de rotation

2.4 - Calcul des coûts de passation de commande et des coûts de possession des stocks

**2.5. Le coût de détention du stock (ou coût de possession)**

### **3 – METHODES DE REAPPROVISIONNEMENT**

3.1 – Le système à quantités fixes et périodicité variable

3.2 – Le système à date fixe et quantités variables

### **4 - LA GESTION DES STOCKS PROPREMENT DITE**

4.1 - Les Facteurs d'amélioration de la gestion des Stocks

4.2 - Différentes définitions

4.2.1 - Stock de sécurité

4.2.2 - Stock minimum

4.2.3 - Stock d'alerte (ou point de commande)

4.2.4.- Stock moyen

4.3 – Le coût de gestion du stock

4.4 – Dépréciation des stocks

4.5 – Couverture des stocks

4.6 - Les remises sur quantités

4.7 - Prévision de la demande

### **5 – LES FONCTIONS DES STOCKS**

5.1 - Fonction de régulation

5.2 - Fonction économique

5.3 - Fonction d'anticipation

### **6 – METHODE DE VALORISATION DES STOCKS**

6.1 - Valorisation des stocks :

### **7 – METHODE DE GESTION DES STOCKS**

7.1 - Gestion administrative

### **8 - ELEMENTS DE GESTION INFORMATISEE DES STOCKS ET DES APPROVISIONNEMENTS**

8.1 - Mouvement d'entrée de stock

8.1.1 – Mouvement d'entrée en stock

8.1.2 - Mouvement de sortie de stock

## 9 - LES INVENTAIRES

### 9.1- L'inventaire périodique

### 9.2 - L'inventaire cyclique ou tournant

#### **Méthodes :**

- Support papier ou informatique
- Utilisation d'un vidéoprojecteur
- Partage d'expériences avec l'animateur
- Etudes de cas
- Mise à disposition de documents types
- Questions/réponses
- Choix du thème en lien avec la formation que le stagiaire s'engage à mettre en œuvre dans son entreprise dans un délai de 6 mois

# MAÎTRISER LES RISQUES JURIDIQUES LIÉS AUX ACHATS SAVOIR RÉDIGER DES CONTRATS D'ACHATS

(3 jours)

**Public :** Responsables Achats, Acheteurs, Juriste non spécialisé en contrat d'achats

## Objectifs :

- Prendre en compte les risques juridiques liés à l'acte d'achat
- Préserver l'entreprise de ses droits en matière d'achat.
- Appliquer correctement les incoterms 2020

## Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Préparer et rédiger un contrat d'achat avec des clauses juridiques appropriées
- Connaître et préparer un contrat cadre
- Appliquer les règles de droit en matière d'achat
- Intégrer les bons Incoterms au contrat
- Contraindre le fournisseur à respecter ses obligations

## Programme :

### 1- LES CONTRATS

1.1 - Définition

1.2 - La forme et les types de contrats

1.4 - Obligations de résultats ou/et de moyens

### 2- L'ACHAT INTERNATIONAL ET LE DROIT DES CONTRATS

2.1 - Les différents risques



- 2.2 – Le droit applicable à un contrat d'achat
  - 2.2.1 - Le principe d'autonomie, ses exceptions et les limites
  - 2.2.2 - Quel droit a attribué à un contrat ?
  - 2.2.3 - Conclusion et exécution d'un contrat
- 2.3 – Les différentes familles de droit
- 2.4 – La hiérarchie des droits

### **3 – LE DROIT INTERNATIONAL DE L'ACHAT**

- 3.1 - Les contrats internationaux : leur rôle
- 3.2 - Le Contrat de vente international de marchandises issu de la convention de Vienne
- 3.3 - le contrat cadre, son rôle et son application
- 3.4 - La gestion des contrats
- 3.5 - Les Conditions générales d'achat et les conditions générales de vente
- 3.6 - Les différentes clauses du contrat
- 3.7 - Les différents contrôles

### **4.- L'ELABORATION DU CONTRAT**

- 4.1 - Le contentieux
- 4.2 - L'attribution de juridiction
- 4.3 – Les méthodes d'arbitrages
- 4.4 - Les prescriptions
- 4.5 - Le référé provision et l'injonction de paiement

### **5. – LES INCOTERMS**

- 5.1 - Le rôle
- 5.2 - Les applications
- 5.3 - Les incoterms multimodaux
- 5.4 - Les incoterms

**maritimes**

### **6- CONCLUSION**

#### **Méthodes :**

- Support papier ou informatique
- Utilisation d'un vidéo projecteur
- Cas pratiques sur les incoterms pour vérifier la compréhension du

groupe

- Mise à disposition des différents modèles de contrats
- Partage d'expériences avec l'animateur
- Questions/réponses
- Rédaction d'un contrat d'achat
- Rédaction d'un contrat cadre
- Choix du thème en lien avec la formation que le stagiaire s'engage à mettre en œuvre dans son entreprise dans un délai de 6 mois.

# MAITRISER LES FONDAMENTAUX DES ACHATSET DES APPROVISIONNEMENTS

**Public :** Acheteurs débutants, aide-acheteurs, approvisionneurs, responsables magasin, magasiniers, gestionnaires de stocks

## **Objectifs :**

- Connaître la fonction achats dans l'entreprise.
- Acquérir les méthodes et outils de l'achat
- Savoir optimiser l'acte d'achat en prenant en compte les coûts, la qualité, les délais et les risques.
- Connaître la fonction Approvisionnement et gestion des stocks
- Appréhender les méthodes et les outils indispensables à la gestion des stocks
- Savoir optimiser les niveaux des stocks
- Satisfaire des clients internes et/ou externes

## **Objectifs pédagogiques :**

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Exprimer les données techniques en données commerciales.
- Sourcer les fournisseurs meilleurs potentiels
- Rédiger un appel d'offres
- Choisir les meilleurs fournisseurs après la comparaison des offres
- Savoir négocier des achats simples
- Rédiger une commande ou un contrat
- Faire l'analyse des consommations
- Mettre en application les méthodes de réapprovisionnement

- Définir les quantités à mettre en stock (stock maxi - stock sécurité - stock d'alerte, etc...)
- Satisfaire les clients internes et externes par une gestion efficace des stocks

## **Programme**

### **A - LES FONDAMENTAUX DES ACHATS**

#### **1 – Les missions des achats**

- 1.1-* généralités
- 1.2-* L'enjeu financier
- 1.3-* L'enjeu stratégique
- 1.4-* Le service achats : son rôle

#### **2 - Le besoin**

- 2.1-* Définir le besoin
- 2.2* – Comprendre un cahier des charges
- 2.3* - Exprimer le besoin
- 2.4* – Élaborer un cahier des charges

#### **3 – Le marché**

- 3.1* – Le marché
- 3.2* – Son analyse : les forces de porter
- 3.3* – L'intérêt de maîtriser le marketing
- 3.4* – la définition du benchmarking

#### **4 – Optimisation de l'acte d'achat**

- 4.1* – Segmenter son portefeuille achat
- 4.2* – La loi de Pareto et l'analyse ABC
- 4.3* – Les commandes
- 4.4* – les techniques nouvelles

#### **5 – Présélection et sélection des fournisseurs**

#### **6 – Achat et qualité**

- 6.1* – La norme

#### **7 - Comment déterminer le prix de marché**

#### **8 – Recevoir la marchandise et contrôler**

**les factures**

**9 - Les Incoterms**

**10 – La performance achats**

## **B- LES FONDAMENTAUX DES APPROVISIONNEMENTS**

**1 – Les approvisionnements : généralités**

**2 - Les approvisionnements : missions**

**3 - Les approvisionnements : gestion**

3.1 – La définition des approvisionnements

3.2 - Les approvisionnements : la sécurité et la qualité

3.3 - Les différentes phases de l'approvisionnement

**4 – Analyser les stocks et les consommations**

**5 – Les différentes méthodes de réapprovisionnement**

**6 - Gérer les stocks**

**7 – Les différentes fonctions des stocks**

**8 – La valorisation des stocks**

9 – La gestion des stocks : les méthodes utilisées

**10 - L'approvisionnement proprement dit**

**11 - La gestion informatisée des approvisionnements et des stocks**

**12 – La fonction entreposage**

**13 - Les différents types d'inventaires**

**14 – Les indicateurs de mesure de performance des approvisionnements**

### **Méthodes :**

- Support papier ou informatique
- Utilisation d'un vidéo projecteur

- Nombreux cas pratiques pour vérifier la compréhension du groupe
- Partage d'expériences avec l'animateur
- Questions/réponses
- Choix du thème en lien avec la formation que le stagiaire s'engage à mettre en œuvre dans son entreprise dans un délai de 6 mois.

# MESURER LA PERFORMANCE FOURNISSEURS

**(4 jours)**

**Public :** Directeurs des achats, Responsable achats, acheteurs seniors, acheteurs juniors

## **Objectifs :**

- Comprendre l'importance de la mesure de la performance fournisseurs.
- Disposer d'un panel fournisseurs performants
- Savoir évaluer et suivre les fournisseurs

## **Objectifs pédagogiques :**

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Définir ce qu'est un bon fournisseur
- Savoir évaluer ses fournisseurs
- Être capable de mesurer la performance d'un fournisseur
- Définir les plans d'actions fournisseurs et les suivre.

## **Programme :**

- 1. Pourquoi mesurer la performance fournisseurs**
- 2. Les méthodes de mesure de la performance fournisseurs**
  - 2.1. Évaluer le paramètre « Délai »
  - 2.2. Évaluer le paramètre « Qualité »
  - 2.3. Évaluer le paramètre « Service »
  - 2.4. Évaluer le paramètre « Prix »
  - 2.5. La synthèse
- 3. La méthode graphique**
- 4. Une méthode simplifiée avec l'ERP**
- 5. La démarche de progrès et les plans d'actions**
- 6. Le suivi des plans d'actions**
- 7. Les sanctions**

## Méthodes :

- Support papier ou informatique
- Utilisation d'un vidéo projecteur
- Partage d'expériences avec l'animateur
- Etude de cas de mesure de performance fournisseurs
- Mise à disposition de documents types
- Questions/réponses
- Choix du thème en lien avec la formation que le stagiaire s'engage à mettre en œuvre dans son entreprise dans un délai de 6 mois



# LES METHODES ET OUTILS D'UN VERITABLE PROFESSIONNEL DES ACHATS

**(4 jours)**

**Public :** Responsables Achats, Acheteurs expérimentés,

## **Objectifs :**

- Connaître les méthodes et outils achats
- Définir les stratégies achats en fonction des contextes
- Savoir se positionner en interne et en externe
- Apporter de la valeur ajoutée à l'entreprise

## **Objectifs pédagogiques :**

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Définir et mettre en œuvre les méthodes et outils
- Faire valoir son point de vue
- Communiquer en interne et en externe
- Suivre sa performance achats
- Effectuer le reporting de sa performance
- Appliquer et optimiser le processus Achats
- Intégrer la dimension internationale des achats

## **Programme :**

### **1 – LA FONCTION ACHATS**

1.1 L'importance économique des achats

1.2 La place des achats

1.3 L'intérêt stratégique des achats

1.4 Les achats et les approvisionnements

## **2. LA CONNAISSANCE DU BESOIN**

2.1 Typologie des besoins

2.2 La segmentation

2.3 Les prévisions et la planification des besoins

2.4 Les cahiers des charges

2.5 L'analyse ABC

## **3. LA CONNAISSANCE DES MARCHES**

## **4 – LA PRESELECTION FOURNISSEURS**

4.1 Le questionnaire d'évaluation

4.3 Le tableau de présélection

## **5. L'APPEL D'OFFRE ET LA CONSULTATION**

5.1 La provocation des offres

## **6. LA SELECTION DU OU DES FOURNISSEURS**

6.2 L'analyse de l'offre

6.3 Les prix et les coûts

6.4 Le choix de l'offre la plus avantageuse

6.5 Actualisation ou révision des prix

## **7. LA NEGOCIATION**

7.1 La fixation des objectifs

7.2 La préparation de la négociation

7.3 L'entretien de négociation

## **8. L'APPROCHE JURIDIQUE**

8.1 Les différents contrats

8.2 La forme du contrat

8.3 Le suivi du contrat

8.4 L'exécution du contrat

8.5 Le règlement des litiges

## **9. LES INCOTERMS**

## **10. LA MESURE DE LA PERFORMANCE ACHATS**

10.1 – Le tableau de bord

10.2 - Les différents indicateurs et ratios de la fonction achats

## **11. LA MESURE DE LA PERFORMANCE FOURNISSEURS**

11.1 L'indice de retard moyen

11.2 L'indice de conformité moyen

11.3 Le taux de service

## **12 L'OPTIMISATION DU PANEL FOURNISSEURS**

## **13 L'ETHIQUE**

## **14 CONCLUSION**

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **Méthodes :**

- Support papier ou informatique
- Utilisation d'un vidéo projecteur
- Partage d'expériences avec l'animateur
- Etudes de cas
- Mise à disposition de documents types
- Questions/réponses

- Choix du thème en lien avec la formation que le stagiaire s'engage à mettre en œuvre dans son entreprise dans un délai de 6 mois.

## LES METHODES ET OUTILS D'UN VERITABLE PROFESSIONNEL DES ACHATS

**Public :** Responsables Achats, Acheteurs expérimentés,

**Objectifs :**

- Connaître les méthodes et outils achats
- Définir les stratégies achats en fonction des contextes
- Savoir se positionner en interne et en externe
- Apporter de la valeur ajoutée à l'entreprise

**Objectifs pédagogiques :**

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Définir et mettre en œuvre les méthodes et outils
- Faire valoir son point de vue
- Communiquer en interne et en externe
- Suivre sa performance achats
- Effectuer le reporting de sa performance
- Appliquer et optimiser le processus Achats
- Intégrer la dimension internationale des achats

**Programme :**

### **1 – LA FONCTION ACHATS**

1.1 L'importance économique des achats

1.2 La place des achats

1.3 L'intérêt stratégique des achats

1.4 Les achats et les approvisionnements

## **2. LA CONNAISSANCE DU BESOIN**

2.1 Typologie des besoins

2.2 La segmentation

2.3 Les prévisions et la planification des besoins

2.4 Les cahiers des charges

2.5 L'analyse ABC

## **3. LA CONNAISSANCE DES MARCHES**

### **4. LA PRESELECTION FOURNISSEURS**

4.1 Le questionnaire d'évaluation

4.3 Le tableau de présélection

## **5. L'APPEL D'OFFRE ET LA CONSULTATION**

5.1 La provocation des offres

## **6. LA SELECTION DU OU DES FOURNISSEURS**

6.2 L'analyse de l'offre

6.3 Les prix et les coûts

6.4 Le choix de l'offre la plus avantageuse

6.5 Actualisation ou révision des prix

## **7. LA NEGOCIATION**

7.1 La fixation des objectifs

7.2 La préparation de la négociation

7.3 L'entretien de négociation

## **8. L'APPROCHE JURIDIQUE**

8.1 Les différents contrats

8.2 La forme du contrat

8.3 Le suivi du contrat

8.4 L'exécution du contrat

8.5 Le règlement des litiges

## **9. LES INCOTERMS**

## **10. LA MESURE DE LA PERFORMANCE ACHATS**

10.1 – Le tableau de bord

10.2 - Les différents indicateurs et ratios de la fonction achats

## **11. LA MESURE DE LA PERFORMANCE FOURNISSEURS**

11.1 L'indice de retard moyen

11.2 L'indice de conformité moyen

11.3 Le taux de service

## **12. L'OPTIMISATION DU**

## **PANEL 13. FOURNISSEURS**

## **14. L'ETHIQUE**

## **15. CONCLUSION**

## **BIBLIOGRAPHIE**

### **Méthodes :**

- Support papier ou informatique
- Utilisation d'un vidéo projecteur
- Partage d'expériences avec l'animateur
- Etudes de cas
- Mise à disposition de documents types
- Questions/réponses
- Choix du thème en lien avec la formation que le stagiaire s'engage à mettre en œuvre dans son entreprise dans un délai de 6 mois.

# PREPARER EFFICACEMENT SA NÉGOCIATION ACHATS

**(4 jours)**

**Public :** Responsables Achats, Acheteurs, Aides-Acheteurs, Assistants-achats, approvisionneurs.

## **Objectifs :**

- Connaître les techniques de négociation
- Préparer ses négociations
- Définir les stratégies
- Savoir argumenter pour sa négociation
- Défendre ses propositions et résister aux pressions

## **Objectifs pédagogiques :**

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Comprendre l'impact de la négociation
- Négocier ses achats
- Faire valoir son point de vue
- Définir et mettre en œuvre les méthodes et outils relatifs à la négociation
- Trouver un accord gagnant – gagnant

## **Programme :**

- 1 - Les missions des achats
- 2 - La négociation : le contexte
  - 2.1 - L'impact sur la compétitivité de l'entreprise.
  - 2.2 - La loi en matière de concurrence
  - 2.3 - Les clauses à négocier
- 3 – L'analyse de l'offre
  - 3.1 – Le coût complet : sa composition
  - 3.2 - Le prix objectif

- 4 - Comment préparer sa négociation
  - 4.1 - La négociation
  - 4.2 – Connaître les enjeux de la négociation
  - 4.3 – Connaître les besoins
  - 4.4 – Définir les objectifs
  - 4.5 – Préparer son argumentaire
  - 4.6 – Positionner sa stratégie de négociation
  
- 5 – Diriger l'entretien
  - 5.1 – La communication : les règles
  - 5.2 - La communication: le résultat
- 6 - Les tactiques de l'acheteur ou du vendeur
- 7 - L'entretien de négociation
  - 7.1 – Connaître son dossier
  - 7.2 – Contact avec le vendeur
  - 7.3 - Convaincre
  - 7.4 - Conclure
- 8 - La typologie des négociateurs
  - 8.1 – La typologie des comportements
  - 8.2 - Les motivations
- d'achat
- 9 - Les négociations difficiles
- 10 - Les résultats de la négociation
  - 10.1 - Le compte rendu
  - 10.2 - L'analyse des écarts
  - 10.3 - Le plan d'action
- 11 – Les 40 questions à aborder lors d'une négociation
- 12 - Le Best of des points à aborder en négociation
- 13 – Bibliographie

## **Méthodes :**



- Support papier ou informatique
- Utilisation d'un vidéo projecteur
- Nombreux cas pratiques pour vérifier la compréhension du groupe
- Jeux de rôle en face à face (acheteur-vendeur) filmés avec l'aide d'une caméra
- Utilisation d'un questionnaire pour que chaque stagiaire connaisse son style de négociateur
- Utilisation d'un questionnaire sur l'écoute pour que chaque stagiaire connaisse son niveau d'écoute
- Partage d'expériences avec l'animateur
- Mise à disposition de fiches ayant pour thèmes (Des outils pour convaincre, comment parler de soi, l'art de la persuasion, la maîtrise de soi etc...)
- Questions/réponses
- Choix du thème en lien avec la formation que le stagiaire s'engage à mettre en œuvre dans son entreprise dans un délai de 6 mois.

# PRÉSÉLECTION ET SÉLECTION DES FOURNISSEURS

**(4 jours)**

**Public :** Responsables des achats, acheteurs ou toute personne effectuant des achats pour l'entreprise.

## **Objectifs :**

· S'approprier et maîtriser les méthodes et outils d'une sélection des fournisseurs.

## **Objectifs pédagogiques :**

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Rechercher sur différents sites les fournisseurs potentiels
- Analyser la situation des fournisseurs en fonction des exigences définies
- Sélectionner les fournisseurs correspondant aux besoins de l'entreprise
- Mettre en place une mesure de la performance des fournisseurs

## **Programme**

### **1- INTRODUCTION**

- 1.1 - La procédure achats approvisionnement
- 1.2 - La sélection des fournisseurs vus par la norme ISO 9001 version 2020
- 1.3 - La relation demandeur / acheteur / fournisseur

### **2 - LA DEMARCHE DE PRE-SELECTION**

- 2.1 - Evaluer le marché fournisseur
- 2.2 - Le sourcing : la recherche des fournisseurs
- 2.3 - Quelle stratégie de sourcing ?
- 2.4 - Le questionnaire d'évaluation : un outil de Pré ciblage =>
- 2.5 - La relation avec un fournisseur : comment l'évaluer ?
- 2.6 - Les risques fournisseurs

2.7 - Identifier et évaluer les fournisseurs potentiels capables de satisfaire aux besoins de l'entreprise

2.8 - Comment mesurer la valeur des fournisseurs ?

2.9 - Établir un appel d'offres

2.10 - Comparer les offres

**2.11- Comparer les résultats des différents fournisseurs à partir de l'évaluation**

**3 – TABLEAU DE BORD (les indicateurs fournisseurs)**

3.1- Les indicateurs : Utilisation et rôle

3.2 - Élaboration du tableau de bord

3.3 - Les différents types d'indicateurs

**4 – CONCLUSION**

**5 – BIBLIOGRAPHIE**

**Méthodes :**

- Support papier ou informatique
- Utilisation d'un vidéo projecteur
- Nombreux cas pratiques pour vérifier la compréhension du groupe
- Partage d'expériences avec l'animateur
- Questions/réponses
- Choix du thème en lien avec la formation que le stagiaire s'engage à mettre en œuvre dans son entreprise dans un délai de 6 mois.

**LOUIS LANGUENOU  
CONSULTANT ACHATS –  
APPROVISIONNEMENTS  
FORMATEUR**



**HAPPY 2022!!! Your Best Year Ever**

### **Objectifs**

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Finaliser la préparation de son année ;
- Projeter et lancer son année ;
- Mettre en place les outils et indicateurs pour la réussite de son année.

**Formation en Accueil**

### **Objectifs**

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Améliorer l'efficacité de l'accueil physique et téléphonique par la confiance et l'aisance dans son expression et son comportement ;
- Harmoniser les pratiques, mieux adapter l'attitude et le discours aux attentes de son interlocuteur et à l'image de son établissement ;
- Connaître les principes fondamentaux de la communication interpersonnelle

## Elaboration de Politiques, de Stratégies et Outils de Management des Organisations

### Objectifs

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Avoir des notions sur les outils d'élaboration d'une politique et stratégie de management ;
- Connaître les stratégies concurrentielles et de croissance ;
- Découvrir les avantages au tour de la mise en place d'une politique de stratégie de management des organisations.

## Synergie Bootcamps

### Objectifs

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Faire découvrir des nouveautés autour du développement d'entreprise ;
- Partager des expériences entre pairs ;
- Encourager le Réseautage ;
- Favoriser la vente, la vente et encore la Vente ;
- Activer le mode "Développer et pérenniser son entreprise".

## Conception, Etude, Planification, Gestion, et Suivi-évaluation des Projets Agroalimentaires

### Objectifs

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Faire connaître les étapes et les processus de conception d'un projet agroalimentaire ;
- Découvrir les méthodes d'étude du marché des entreprises agroalimentaires ;
- Faire connaître les outils et techniques de suivi et de contrôle des projets agroalimentaires.

## Comment font les meilleurs commerciaux pour vendre plus en période de crise ?

### Objectifs

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Découvrez les meilleures stratégies de vente pour signer plus de clients en 2022 ;
  - Améliorez vos techniques de vente pour capter rapidement l'attention de vos prospects ;
  - Boostez votre intelligence commerciale pour convaincre vos clients avec les bons mots ;
  - Transformez radicalement vos **RÉSULTATS** et vos **VENTES...**
- contrôle des projets agroalimentaires.

### **Objectifs**

**À l'issue de la formation, les participants seront capables de :**

- Acquérir une vision d'ensemble de la gestion d'un projet ;
- Comprendre le rôle et connaître les responsabilités d'un chef projet ;
- Disposer des outils pratiques pour le pilotage de vos projets.

# **ADRESSE**

**262 BKK, Bè-Klikamé, 05 B.P. 757 LOME-TOGO**

**Téléphone : (+228) 93 05 53 53 / (+228) 96 05 53 53**

**Email : [infos@synergiecabinet.com](mailto:infos@synergiecabinet.com)**

**Site web : [www.synergiecabinet.com](http://www.synergiecabinet.com)**