



WEBINAR By.O@You



**QUELLES SONT LES GRANDES QUESTIONS QUE
DOIVENT SE POSER LES DIRECTEURS ACHATS
FACE À LA CRISE SANITAIRE COVID-19 ?**



0 Déroulé

1 Préambule – Intervenants, contexte et objectifs du webinar

2 Situer les enjeux de son organisation ou des différentes BU

3 Identifier les impacts de la crise sur ma structure

4 Prendre les mesures pour gérer la crise

5 Préparer la phase de redémarrage

6 Identifier les changements structurels à mettre en place pour mieux faire face à des crises de demain

7 Conclusion

8 Réponses aux questions

9 Prochains webinars



Webinar By.O@You



Thème : Achat & Covid-19





Marc **DEBETS**

Président **BY.O GROUP**

Marc est le président fondateur de By.O Group, cabinet de conseil international **expert en développement d'écosystèmes B2B** au service de la performance des entreprises.

Marc **préside également l'Institut Esprit Service du MEDEF.**

Marc **accompagne de nombreux dirigeants et directeurs achat** dans le **développement de stratégies achats**, le **montage de partenariats stratégiques**, de fusions acquisitions et dans le **développement de filières innovantes et performantes.**



Vincent **GOUDET**

Directeur associé **BY.O GROUP**

Co-fondateur de By.O group en 2001, Vincent pilote et met en œuvre des **programmes de transformation des organisations Achats et développement commercial** pour des clients internationaux dans les domaines de l'industrie et des services.

Ces responsabilités le conduisent notamment à **animer des équipes pour l'élaboration et la mise en œuvre de plans stratégiques** et de **programmes de réductions des coûts** dans des environnements complexes ainsi que des **programmes de développement des compétences.**



Partner & Expert Achat



Jan **LABLANCHERIE**

Consultant **BY.O GROUP**

Jan secondera Marc et Vincent lors du webinar et vous permettra de remonter toutes vos questions.



Président & Expert Achat

Consultant



Quels objectifs pour ce webinar ?

1. Partager des outils et des recommandations pratiques pour mieux gérer la crise et son impact au sein des achats
2. Évaluer la capacité de redémarrage des fournisseurs après la crise et préparer la sortie de crise
3. Identifier les changements structurels à mettre en place pour accroître la résilience de votre organisation



Webinar By.O@You



Thème : Achat & Covid-19



Recovery

Entreprise qui doit faire face à une chute de son chiffre d'affaires à cause de la crise. Son activité est très significativement affectée.

Commerces, transports, bâtiments



Préservation

Entreprise qui malgré la crise maintient une grande partie de son activité.

Entreprise de télécommunication



Conquête

Entreprise qui pendant cette période de crise a connu une augmentation de son activité et doit accroître son offre et sa capacité de production.

Société de fabrication de matériel sanitaire



Quels sont les impacts de la crise sanitaire Covid-19 sur ma Structure, mes Hommes, mes Outils et Processus ?

- Est-ce que ma structure est complètement arrêtée ? - Y-a-t-il des différents impacts sur mes différentes BU? - Et sur mes différentes zones géographiques ? - Est-ce que mon marché est capacitaire ? Ma supply chain, est-elle scurisée ?	- On compte avec quel % des effectifs ? - Quels métiers vont devoir s'arrêter complètement ? - Existent-ils des alternatives (télétravail, sous-traitance à l'international ...) ? - Y-a-t-il une cellule de crise en place ? - Avec les ressources disponibles puis-je couvrir mes besoins opérationnels ?
- Quel est l'impact de la crise sur mes outils existants ? - Et sur mes outils externes (développés par des prestataires) ? - Quels outils dois-je développer pendant la crise afin de garantir une continuité de ma supply ?	- Quel % de mes processus existants sont touchés par la crise? - Combien sont complètement arrêtés ? - Quels niveaux de mes process S to C et P to P sont impactés ? - Quels process d'hygiène dois-je mettre en place ?



To do list :
Pendant la
crise



1. Créer une **cellule de crise agile** afin de traiter les sujets clés en urgence, mettre à jour le plan d'actions continuellement et suivre les indicateurs de risques quotidiennement.



2. Sécuriser en priorité les **fournisseurs de matériel sanitaire** nécessaire pour le fonctionnement de nos activités (masques, désinfectants,...).



3. **Supporter les fournisseurs critiques** et leur offrir le soutien nécessaire (financier, process, outils, hommes,...).



4. Gérer le lien étroit avec les **approvisionnements et transports. Sur toutes les plaques géographiques.**

4 Prendre les mesures pour gérer la crise (2/2)



To do list :
Pendant la
crise



5. Maintenir une **communication régulière** globale, en interne comme en externe.



6. S'assurer de la continuité opérationnelle de la **chaîne de traitement des factures fournisseurs et de recette. Prendre des dispositions dérogatoires si nécessaire.**



7. Faire le lien avec les équipes market pour explorer la possibilité d'alléger l'offre de services pendant la crise afin de **mieux s'adapter aux contraintes de la supply.**



8. Se tenir informé des **équipes et familles touchées par la maladie ou une disparition** pour apporter du soutien



To do list :
**Préparer la
sortie de
crise**



1. Actualiser le Mapping des fournisseurs (fournisseurs stratégiques vs fournisseurs non stratégique).



2. Connaître la situation de mes fournisseurs stratégiques et évaluer leurs capacités à redémarrer:

- Mettre en place un **outil d'auto-évaluation des capacités de reprise des fournisseurs critiques** (voir webinar sur le sujet)
- Organiser des **points de situation** avec les plus critiques
- Suivre l'**état des lieux des levées de confinement** et de reprise des activités **pays par pays**, régions par région



3. Maîtrise des risques & plan d'actions associés :

- Risques / Solutions proposées / Personnes clés / Bonnes pratiques
- Bénéficier ou initier une initiative plus globale (par filière, réseau,...) ?



4. Générer différents scénarios de reprise, de besoins opérationnels en ligne avec les business et prévoir la réponse fournisseur potentielle pour chacun :

- Etendre le sourcing pour pallier aux éventuelles défaillances
- Activer des capacités supplémentaires si nécessaire



To do list :
**Préparer la
sortie de
crise**



5. Anticiper l'impact financier moyen terme de la crise et préparer un plan d'économies :

- Spend et cash management (CAPEX, ...)
- Plan de rationalisation sans compromettre la survie des fournisseurs
- Activer **d'autres leviers que le single sourcing et la massification**



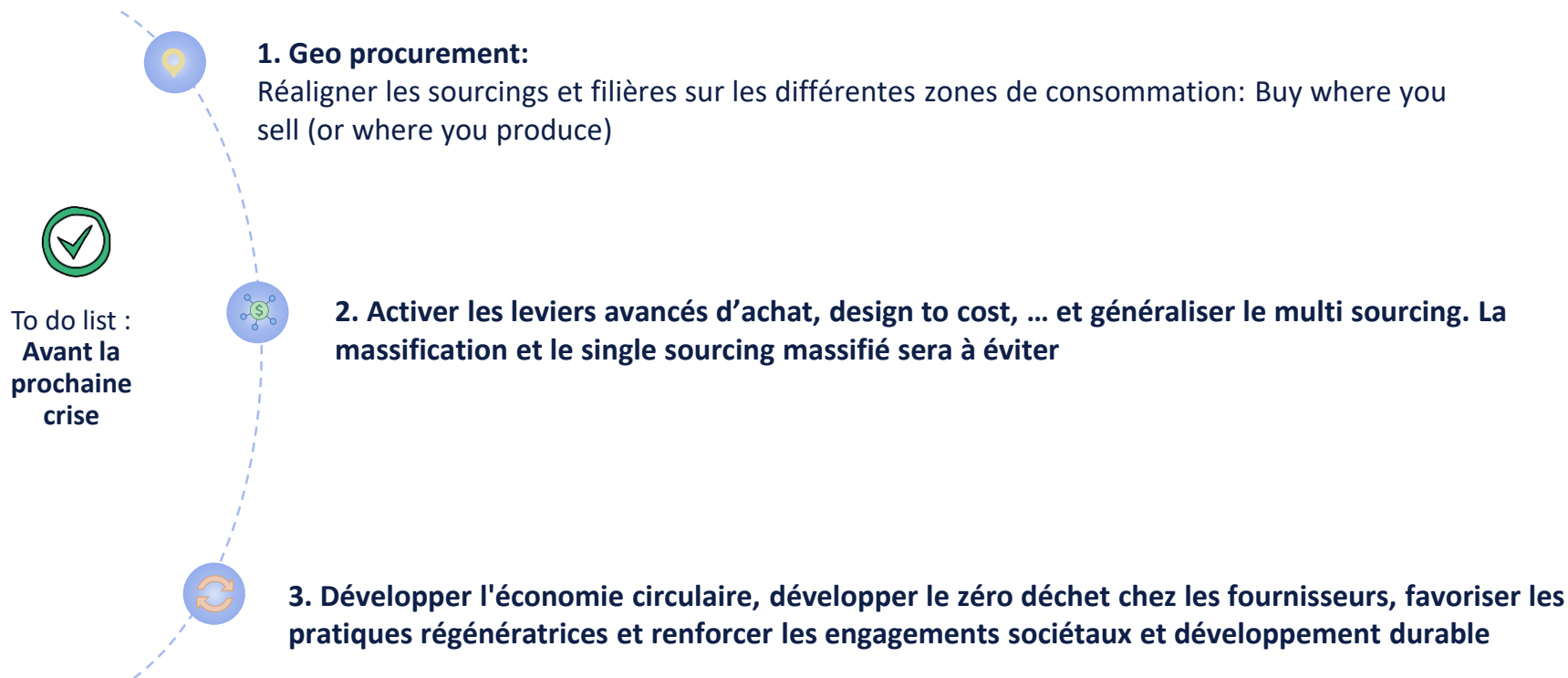
6. Mettre en place l'AIC (Affacturage Inversé Collaboratif) :

- Préserver votre trésorerie et celle de vos fournisseurs
- Nouer un lien plus fort avec vos fournisseurs dans cette crise

6 Identifier les changements structurels à mettre en place pour mieux faire face à des crises de demain (1/2)



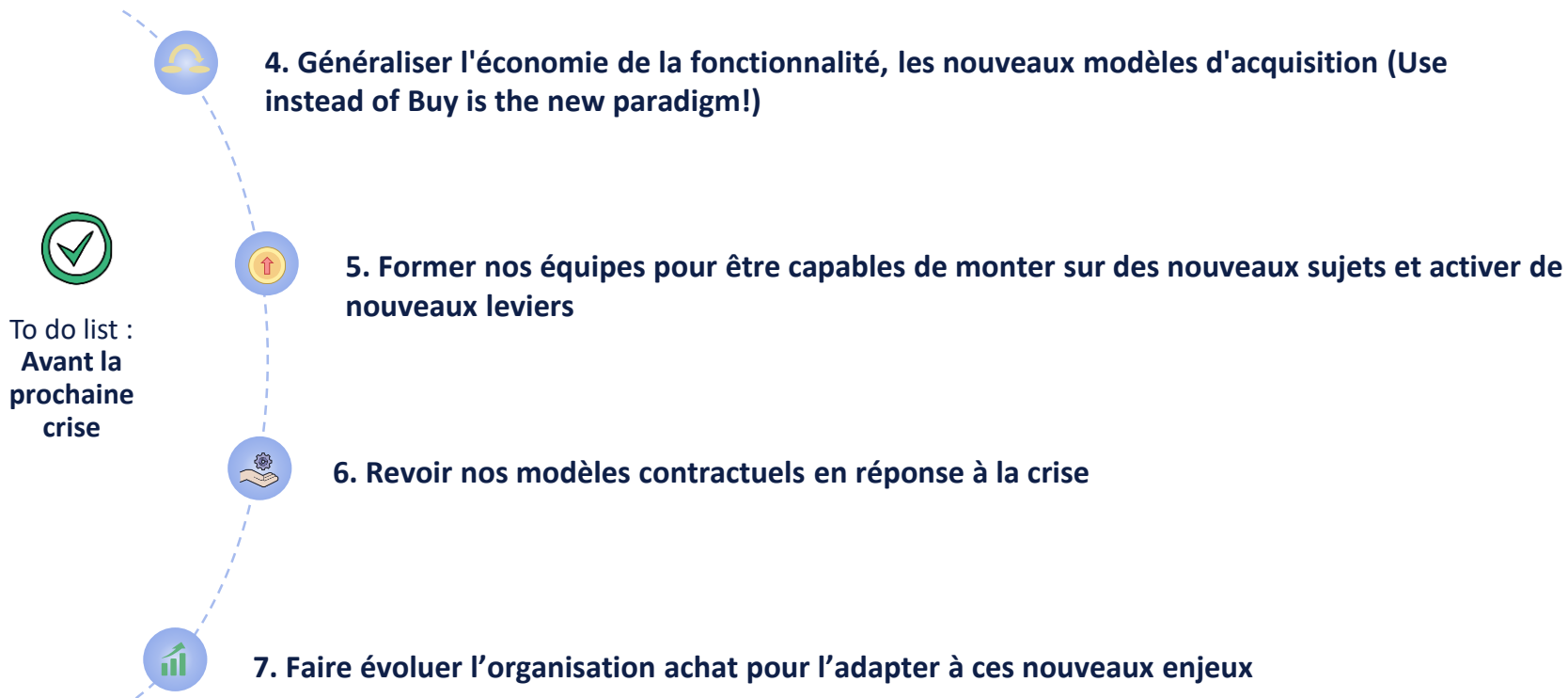
Parmi les 3 composantes de la résilience (Anticipation / Absorption / Adaptation) nous déclinons ici la partie adaptation :



6 Identifier les changements structurels à mettre en place pour mieux faire face à des crises de demain (2/2)



Parmi les 3 composantes de la résilience (Anticipation / Absorption / Adaptation) nous déclinons ici la partie adaptation :



7 Conclusion



En tant que directeur achats dans cette période de crise il est primordial de :



- Travailler les **3 échéances en même temps**: La crise, la sortie de crise et les changements structurels à apporter.



- **Prioriser** les actions à mettre en place et s'assurer un bon **pilotage**



- **(Hyper)communiquer** sur l'ensemble des actions en **interne** . . . ainsi qu'à l'**extérieur**

16 rue Washington
75008 Paris, FRANCE

Tel : + 33 (0)1 49 24 99 67

Fax : + 33 (0)1 40 07 11 05

contact@byo-group.com

www.byo-group.com

