

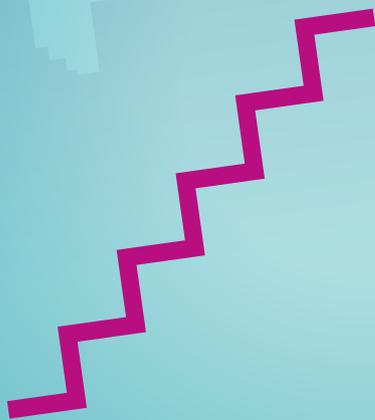
cdaf  
formation

La référence en formation Achat depuis 1949

CATALOGUE  
2022

CONSTRUISONS  
ensemble votre compétence

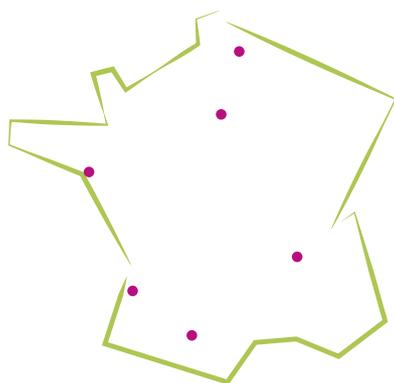
ACHAT





## VOUS RENCONTRER

6 bureaux répartis sur le territoire pour être au plus proche de vous et mieux vous accompagner.



## VOUS CONSEILLER

- 1 équipe de 9 conseillers formation spécialistes dans la détection et l'analyse du besoin.
- 3 pôles formation à votre service : inter, intra, diplômant.
- 2 experts ingénierie financement formation.

## VOUS FORMER

- Une direction pédagogique composée d'1 directeur pédagogique, de 8 chefs d'établissements et de 6 référents par grande thématique Achat : organisation, stratégie, négociation, communication, finance, droit, gestion des risques...
- Un réseau de 130 formateurs au niveau national avec des expertises supplémentaires par catégorie pour répondre à vos attentes.





## ÉDITO

### INVESTIR DANS LA COMPÉTENCE !

Qui ne se rappelle pas les fameuses formations obligatoires auxquelles les participants se rendent sans même savoir la thématique ? (OK, je caricature un peu... mais parfois on n'en était pas si loin). Grâce au nouveau mode de calcul du financement de la formation professionnelle (loi 2018), les responsables Formation peuvent enfin exercer leur vrai métier et apporter leur valeur ajoutée en accompagnant le développement de la compétence comme un investissement sur les salariés de l'organisation.

Maintenant que nous sommes tous réorganisés suite à la crise qui nous a frappés, nous pouvons enfin appliquer cette nouvelle logique de gestion de la compétence et d'investissement dans la compétence impulsée par le Ministère du Travail.

Le responsable Formation gère bien plus qu'un simple budget et le salarié est enfin incité à devenir acteur de son parcours de formation, c'est une aubaine pour l'entreprise !

Grâce aux avancées légales et technologiques, nous sommes heureux d'être en capacité de proposer de plus en plus de formations personnalisées à nos clients, avec un fort impact que ce soit en termes de ROI, de ROE, d'adhésion des salariés. Les investissements menés dans notre force pédagogique et dans les outils pédagogiques nous permettent de répondre efficacement aux objectifs de développement des organisations Achat en présentiel, à distance, avec une personnalisation ou du standard.

Et bien entendu, dans le cadre de la sécurisation des parcours professionnels, nos formations diplômantes sont éligibles au CPF dans le cadre d'un cofinancement.

Toutes les solutions pour le développement des compétences Achats sont à la CDAF FORMATION.

Inès Duprat  
Directrice Générale

**2** formations  
diplômantes

**98%** de taux de  
satisfaction

**+ 1 200** stagiaires par an

**6**  
centres  
en France

# SOMMAIRE

Se former autrement .....	6
Blended Learning.....	8
Formations intra-entreprises sur-mesure .....	12
Certification Acheteur CDAF Formation .....	18
ESAP .....	19
Évaluation des compétences BeeResources .....	24

## LES ESSENTIELS

Profession Acheteur .....	 26
Analyse du besoin.....	28
Marketing Achat et Sourcing .....	 29
Stratégie Achat .....	 30
Mesure de la performance Achat .....	 31

## LA NÉGOCIATION

Négociation Achat N1.....	34
Négociation Achat N2.....	36
Négociation Achat N3.....	37
Négociation Achat N4.....	38
Techniques relationnelles de négociation - N1 .....	39
Techniques relationnelles de négociation - N2 .....	40

## LE MANAGEMENT DES ACHATS

Management des stratégies Achat .....	42
Management d'une organisation Achat.....	 44
Management des risques Achat à l'international .....	45
Total Quality Management (TQM) .....	46
Management de l'innovation amont.....	47

## PROTÉGER ET RESPONSABILISER L'ENTREPRISE

Contrats d'Achat .....	 50
Gestion des risques Achat .....	 52
Contrats de sous-traitance, cotraitance, externalisation .....	54
Achat responsable et durable .....	55
RSE : enjeux et contribution de la fonction Achat .....	56

## LA FINANCE

Finance pour les non financiers .....	58
Contrôle de gestion et analyse des coûts Achat .....	59
Analyse financière, diagnostic fournisseur .....	 60
Méthode de décomposition des coûts .....	 62

## LES OUTILS ET BONNES PRATIQUES DES ACHETEURS

Lean pour les acheteurs .....	64
Acheteur Projet .....	65
Professionnal purchasing english Anglais pro des achats .....	66
Excel® pour acheteurs .....	67
Make or buy .....	68
Bonnes pratiques des achats hors production .....	69

## LA SUPPLY CHAIN ET LES APPROVISIONNEMENTS

Fondamentaux de la Supply Chain .....	72
Optimisation de la Supply Chain .....	73
Optimisation des approvisionnements .....	74
Incoterms® 2020 .....	75
Douane et commerce international .....	76
Réduisez l'impact douanier de vos sourcings .....	77

## LES ACHATS DIGITAUX

Intelligence économique .....	80
Système d'information et efficacité de la fonction Achat .....	81
Achat de prestations informatiques .....	82

## SOFT SKILLS

Communication de l'acheteur .....	84
Maîtriser sa prise de parole en public .....	85
Trouver son leadership et mener le changement .....	86
Process com .....	87
Acheteurs, vendez votre fonction .....	88

## ATELIERS EXPERTS - ACHAT PAR SEGMENT

Achat de facilities management .....	90
Achat de maintenance .....	91
Achat de gaz et d'électricité N1 .....	92
Achat de gaz et d'électricité N2 .....	93
Achat d'investissement .....	94
Achat de prestations de consulting .....	95
Achat de prestations intellectuelles .....	96
Achat de prestations d'assurances .....	97
Achat de prestations de marketing et de communication .....	98
Achat de prestations de Supply Chain .....	99





## SE FORMER AUTREMENT

### CAP VERS LES "JEUX EXPERTS ACHAT" POUR UNE PÉDAGOGIE INNOVANTE !



#### “ Pourquoi la pédagogie par le jeu ?

Depuis l'antiquité, les hommes jouent. De la Chine à l'Égypte ancienne, les jeux de hasard et de stratégie se sont répandus auprès de toutes les classes sociales et de toutes les générations.

En plus d'être une activité sociale favorisant les échanges entre les participants, les jeux amènent une expérience impactante.

#### Quels sont les bénéfices observables des jeux experts Achat en formation ?

Dans la lettre des achats de juillet 2019, Olivier Monin, Directeur de l'offre intra-entreprise, précise que "l'implication et la motivation sont les deux éléments qui permettent à la formation professionnelle de prendre un nouveau départ".

Le jeu est générateur d'émotions positives, favorables à l'acte d'apprendre.

Il est un axe pédagogique majeur car il permet d'ancrer les acquis, de mettre en pratique, d'amener à la réflexion, d'apprendre à collaborer, dans un climat propice à l'apprentissage.

Notre parti pris "Mieux apprendre en jouant", accompagné d'objectifs structurés, permet à l'apprenant de développer des compétences opérationnelles.

Le jeu est vecteur d'une expérience transférable en milieu professionnel. Il va créer un lien fort et évident avec le monde réel, car il s'appuie sur des situations et des problématiques concrètes.

Si votre dernière partie de Monopoly date de plus de dix ans, vous n'aurez pas besoin qu'on vous en réexplique les règles et vos stratégies gagnantes développées dans le passé ressurgiront subitement, car elles sont bien ancrées dans votre mémoire.



## 3 BÉNÉFICES POUR UNE EXPÉRIENCE UNIQUE EN FORMATION PRÉSENTIELLE

- 01 Motivation**  
L'envie de venir en formation et la faculté de rester attentif
- 02 Implication**  
Tout le monde a un rôle et participe activement
- 03 Ancrage**  
Le souvenir du jeu marque les esprits et amplifie le taux de mémorisation

### Pourquoi sommes-nous crédibles ?

Après les avoir testés, améliorés et déployés, nos clients répondent désormais mieux que nous à cette question.

*"C'est instructif, intéressant, et je pense que même ceux qui ne sont pas forcément joueurs dans l'âme apprennent quelque chose sans s'en rendre compte."*

Alexandre Wautelet-Burot  
ESAP 68<sup>e</sup> promotion

“ On peut en savoir plus sur quelqu'un  
en une heure de jeu qu'en une année de conversation ”

Platon

*"Les participants ont fait preuve d'une grande motivation durant toute la formation. C'est concret, pragmatique et beaucoup mieux qu'une formation avec un simple schéma.*

*L'ambiance était à la fois compétitive et fédératrice ! Les participants se sont tous prêtés au jeu de manière très intense. La participation et les débats étaient importants, il y a eu beaucoup de stimulation et d'échanges.*

*Nous étions 2 équipes : Rouge et Bleu. La constitution des équipes a permis que personne ne soit en retrait. Le jeu était parfait ! Nous étions tellement absorbés que nous avons même presque oublié la pause café !*

*Il apporte une transposition rapide et efficace. Les cartes aléatoires permettent de refléter les problèmes de la vraie vie d'une organisation.*

*Nous n'oublierons pas cette formation ! "*

Thierry Bacquet,  
Responsable Logistique Aéroport de Paris



### De quoi est faite notre légitimité pour concevoir des jeux experts Achat ?

Trois expertises combinées nous ont permis de créer une gamme de jeux exclusifs pour former les acheteurs, du débutant au plus aguerri.

Chaque jeu se décline autour d'une thématique Achat et cible les compétences à acquérir pour performer en situation professionnelle. Ils intègrent des fiches outils directement réutilisables en entreprise. ”

Maria Andreatchio - Ingénieur pédagogique  
Ronan Hascoët - Directeur pédagogique



## BLENDÉD LEARNING CDAF FORMATION

### COMMENT ALLIER PRÉSENTIEL ET DISTANCIÉL

“ En cette période particulière, CDAF Formation met à disposition ses nouveaux modules de formation à distance.

Développés en interne pour une maîtrise parfaite du processus de formation et un maintien de nos exigences pédagogiques, nos modules alternent des phases de travail en autonomie et des classes virtuelles avec un formateur.

Découvrez ce nouveau format développé selon nos critères : modalités variées, expérience ludique, mise en application pour ancrer le savoir-faire. ”



*Ronan Hascoët  
Directeur pédagogique*

### NOS OBJECTIFS

- Permettre aux salariés d'obtenir plus facilement l'accès à la formation en accord avec leur entreprise, en réduisant le nombre de journées d'absence de leur poste de travail
- Permettre une plus grande flexibilité dans l'organisation et le suivi de la formation
- Diffuser les aspects théoriques et fondamentaux sur la formation à distance pour que chacun apprenne à son rythme
- Favoriser la mise en place pratique des concepts et outils Achat durant les temps en présence
- Donner un cadre interactif et un accompagnement entre 2 phases alternant autoformation en ligne et session en présentiel



## NOTRE ENGAGEMENT

- La mise en place des outils appropriés pour vous permettre un apprentissage serein
- Un référent "apprentissage à distance" qui répond à vos demandes en moins de 72h
- Des formateurs disponibles pour répondre à vos questions
- Un calendrier clair de la formation et différents jalons pour vous accompagner

## UNE INTERFACE MODERNE ET INTUITIVE





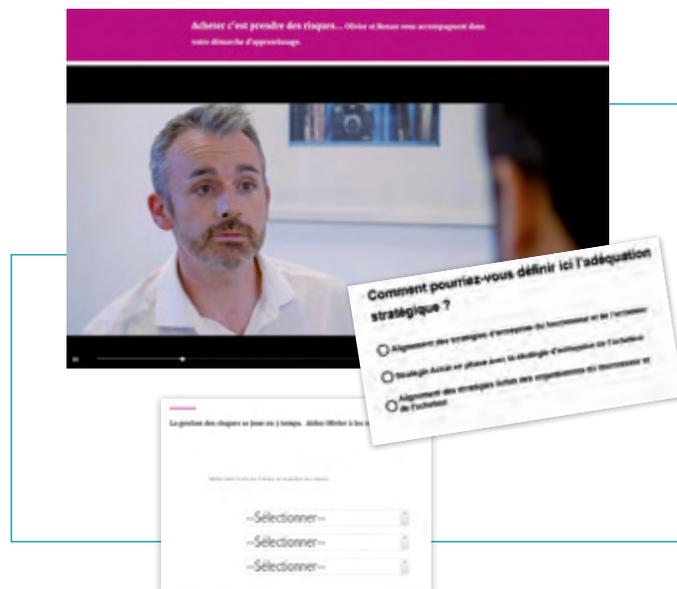
## DES VIDÉOS PÉDAGOGIQUES IMMERSIVES

### Des vidéos d'accroche pour :

- Introduire chaque nouvelle notion
- Créer une dynamique
- Suivre un fil conducteur grâce au videotelling
- Retenir l'information plus facilement
- S'identifier dans la gestuelle et le non verbal

### Des vidéos augmentées ponctuées de QUIZ pour :

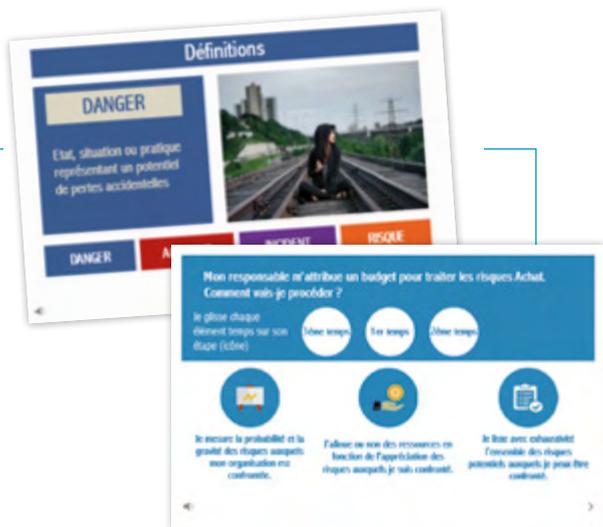
- Capturer et retenir l'attention de l'apprenant
- Encourager son engagement
- Vivre une expérience active et attrayante
- Obtenir une bonne mémorisation des informations clés



Maria Andreatchio  
Ingénieur pédagogique en charge de la digitalisation

## DES ACTIVITÉS INTERACTIVES

- De fréquentes interactions avec l'apprenant maintiennent l'attention et facilitent l'apprentissage
- La diversité des activités (vidéos augmentées, drag & drop, QCM/QCU, carrousel d'images, escape game, jeux de piste...)
- Plusieurs sens sont stimulés pour une meilleure mémorisation



## UNE ÉVALUATION DES ACQUIS À CHAQUE ÉTAPE DU PARCOURS

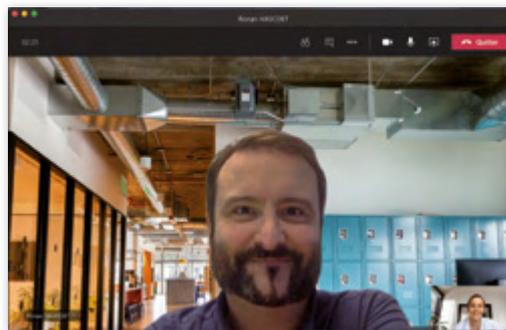
- Activité interactive de type "contenu associé" pour favoriser une lecture active
- Méthodologie qui pousse les apprenants à agir
- QCM pour valider les acquis avant le passage aux étapes suivantes
- Feedback en cas d'erreur avec invitation à revoir le contenu associé

## DES DOSSIERS ET DES CAS PRATIQUES D'ILLUSTRATIONS

- Dossiers : cas pratiques au fil du module pour favoriser la réflexion, l'analyse et engager l'apprenant
- Activité de type QCU pour favoriser la réflexion et une lecture active, vérifier la compréhension, développer la mémorisation de notions, concepts et outils

## DES CLASSES VIRTUELLES VIVANTES ET INTERACTIVES

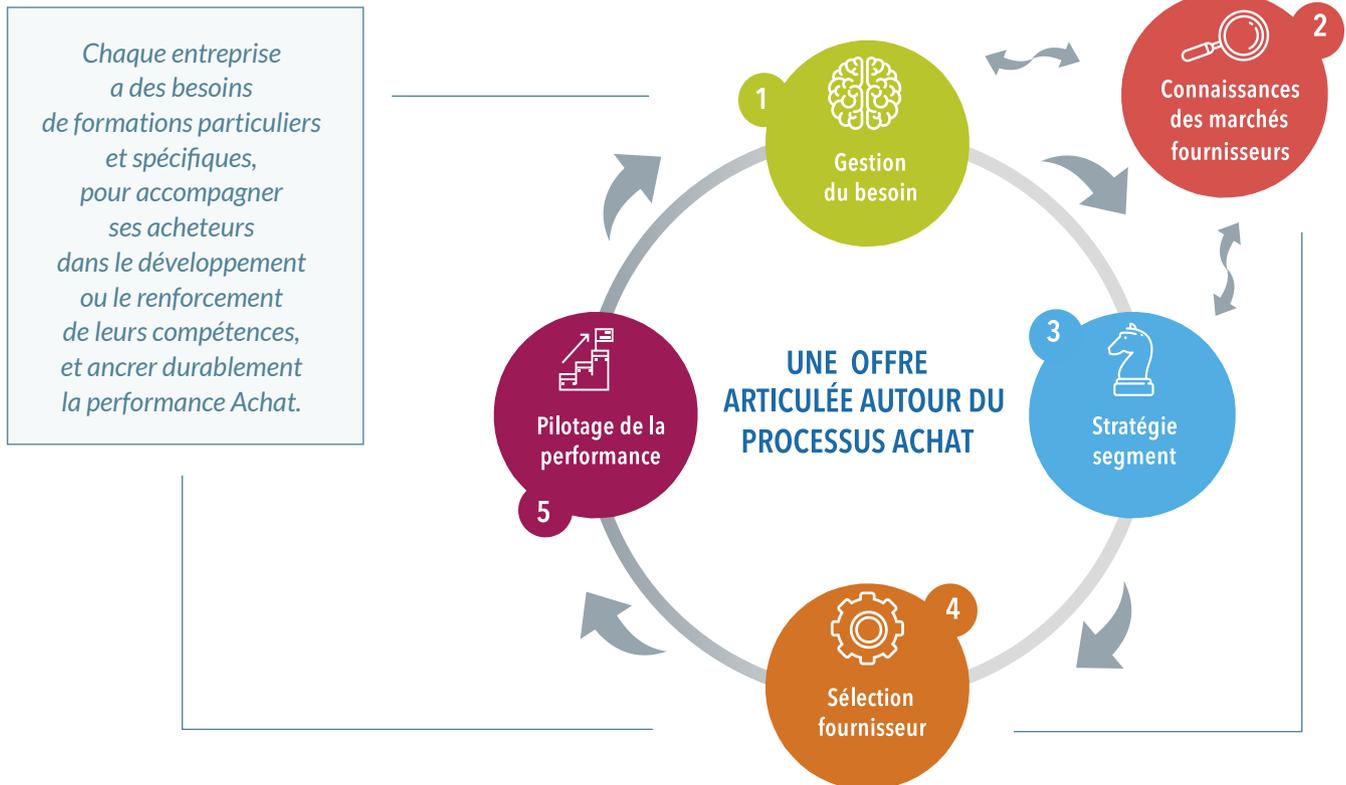
- Remédiation : revue et approfondissement des notions clés abordées en e-learning
- Correction et débriefing des travaux individuels ou de groupe demandés
- Sessions de questions et d'échanges sur la base de cas réels
- Classes réalisées avec l'application TEAMS
- Performance et facilité d'utilisation
- Disponible sur plateforme mobile
- Des formateurs experts en Achat et expérimentés dans l'animation de classes virtuelles





## CDAF FORMATION

DES FORMATIONS INTRA-ENTREPRISE SUR-MESURE !





« Entretien avec  
Olivier MONIN,  
Directeur de l'offre  
intra-entreprise de  
CDAF Formation »

### Quels sont les avantages que les formations intra-entreprise peuvent apporter aux entreprises et à leurs apprenants ?

Tout d'abord, le développement des compétences se fait d'autant mieux quand il est accompagné individuellement et les formations en intra-entreprises permettent plus efficacement de prendre en compte les attentes et difficultés de chaque apprenant, en s'immergeant préalablement dans son écosystème puis en concevant un programme sur-mesure répondant aux besoins de chacun.

Ensuite, pour progresser dans le management des problématiques Achat

d'un secteur, il est primordial d'illustrer les apports de formation avec des cas pratiques issus de la réalité terrain des apprenants.

Enfin, pour l'entreprise, la formule devient plus intéressante financièrement dès que plusieurs participants sont intéressés pour suivre la même formation.

Pour la même enveloppe budgétaire qu'une formation en inter-entreprise, un dispositif complet intégrant des modalités de suivi peut être déployé.

Cela assure une mise en application des acquis de formation et permet une remédiation aux difficultés rencontrées.

### Quels sont les constituants de votre offre ? En quoi se différencie-t-elle de vos concurrents ?

Notre offre est principalement articulée autour du processus Achat car elle se veut avant tout opérationnelle pour

exercer efficacement le métier d'Acheteur ou de Manager Achat.

Nous pouvons répondre à toute demande de formation ciblée sur une ou plusieurs thématiques bien précises en rapport avec les achats.

Face à la demande de nos clients, nous avons développé notre offre pour la rendre plus flexible en proposant des dispositifs de formations plus complets.

Nous avons fait évoluer notre positionnement en proposant des parcours totalement customisables et donnant accès à une certification partielle ou totale adossée à notre titre RNCP niveau 6 - Acheteur Leader.

Ces parcours sur-mesure sont constitués pour prendre en compte les objectifs pédagogiques et opérationnels recherchés par l'entreprise et offrent de nombreux avantages.





Ils permettent de créer ou renforcer une cohésion de groupe, de sélectionner les modules dont les apprenants ont besoin en priorité, d'adapter leurs durées et leurs modalités pédagogiques, de connaître les apprenants en prenant en compte leurs attentes individuelles, de les accompagner et les préparer aux évaluations de certification, d'effectuer des retours d'expériences après des périodes de mise en application opé-

rationnelle et de déployer le dispositif de formation sur plusieurs exercices budgétaires.

En fonction des contraintes d'immobilisation des ressources par l'entreprise et la volonté d'apprentissage en mode distanciel des apprenants, le parcours peut désormais être conçu et déployé en blended learning, c'est-à-dire incluant des modalités distancielles (synchrones et asynchrones) et

présentielles. Cela constitue un avantage certain pour ne pas laisser les contraintes d'organisation décider à la place de l'efficacité pédagogique.

*La certification obtenue par les apprenants constitue un véritable facteur de motivation et engendre une reconnaissance de leur métier au sein de leur environnement.*





Parcours diplômant  
Acheteur Public Hospitalier



Parcours diplômant Acheteur Leader  
en blended learning sur 2 ans

### Quels accomplissements significatifs constituent des éléments de preuves ?

Depuis 5 ans, nous déployons avec l'ANFH (Association Nationale pour la Formation permanente du personnel Hospitalier) des parcours de formation permettant une professionnalisation au métier d'acheteur à toutes les personnes impliquées dans l'acte d'achat hospitalier.

Le succès de ce dispositif, soumis à une amélioration continue pour le rendre

sans cesse plus performant, nous a conduits à décliner une offre agile pour répondre à toutes les demandes particulières de nos clients, en intégrant dans nos propositions les facteurs déterminants comme la durée des sessions, les contraintes logistiques et techniques, les différences de niveaux des apprenants, la customisation sectorielle et le coût global du dispositif.

Grâce à cette flexibilité, de nombreux parcours ont été déployés dans des

structures du domaine public ou privé.

La Direction des Achats du Groupe Clarins, dans l'ambition de devenir la meilleure équipe Achat de leur secteur, a opté pour un parcours de professionnalisation complet sur 2 ans en blended learning, débouchant sur le diplôme ESAP "Acheteur Leader".

C'est une première que nous entendons développer dans de nombreuses entreprises.





### Parcours certifiant Acheteur Public



### Parcours certifiant Acheteur avec customisation sectorielle

Le Conseil Départemental de la Somme cherchait une formation similaire à celle de l'ANFH pour professionnaliser ses acheteurs et obtenir la reconnaissance interne de leur métier.

Nous avons pris en compte leurs particularités et adapté le parcours d'origine en durée et en contenu.

Enfin, le Groupe Les Mousquetaires, soucieux de former des acheteurs nouvellement en poste tenait à ce que nous contextualisions nos contenus et nos cas pratiques pour prendre en compte les particularités de leur secteur. Des formateurs experts du domaine de la distribution ont permis de tenir cet engagement.

### Qui sont vos formateurs ?

Nous avons un réseau national de plus de 120 formateurs que nous faisons régulièrement évoluer afin d'offrir une expertise couvrant les nouvelles thématiques sur tout le territoire français.

5 formateurs permanents internes interviennent régulièrement tout en

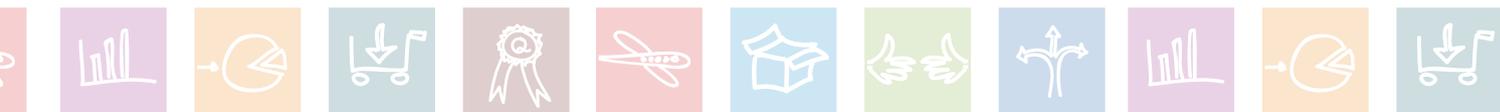
occupant une autre fonction clé dans l'entreprise.

C'est essentiel pour conserver une proximité avec les apprenants et une maîtrise de l'acte pédagogique.

Nous travaillons également en collaboration avec 10 partenaires depuis de nombreuses années, qui nous accompagnent au quotidien dans le développement et la réalisation de nos dispositifs de formations, et participent activement à nos travaux d'innovations pédagogiques.

Tous nos formateurs disposent d'une solide expérience significative Achat acquise lors de leur parcours professionnel. Pédagogues accomplis, ils conjuguent expertise sectorielle et expertise thématique pour offrir aux participants une expérience de formation unique et ciblée.

Ils ont tous déjà réalisé avec succès de nombreuses missions de formation en intra-entreprise et cultivent le goût d'apprendre afin de maintenir leur savoir et savoir-faire en adéquation avec les évolutions du métier Achat.



## NOS FORMATEURS





“ Vous devez former un nouvel arrivant aux achats ? Vous disposez d'un budget restreint et/ou de peu de temps à consacrer à la formation ?

Notre certification Acheteur pourrait être la solution à votre besoin. Elle a été créée spécifiquement pour acquérir en 19 jours les fondamentaux Achat et permet d'être rapidement opérationnel.

Particulièrement destiné aux personnes "nouvellement en poste", ce parcours est capitalisable avec le titre ESAP Acheteur Leader. Pour beaucoup de stagiaires, ce parcours a permis de mettre le pied à l'étrier en complétant leur certification par un titre diplômant et en valorisant à leur rythme, leurs compétences. ”



*Inès Duprat  
Directrice Générale*

### ATOUTS

- Programme complet développant les aspects processus, marchés, stratégies, négociation et contrat
- Formation animée par des professionnels des achats formés à la pédagogie

### PROGRAMME

- Profession Acheteur
- Marketing Achat et sourcing
- Stratégie Achat
- Négociation Achat
- Contrats d'achat
- Gestion des risques Achat

### PUBLIC

Acheteurs, avec ou sans expérience dans la fonction

### TARIF

6 000 €HT



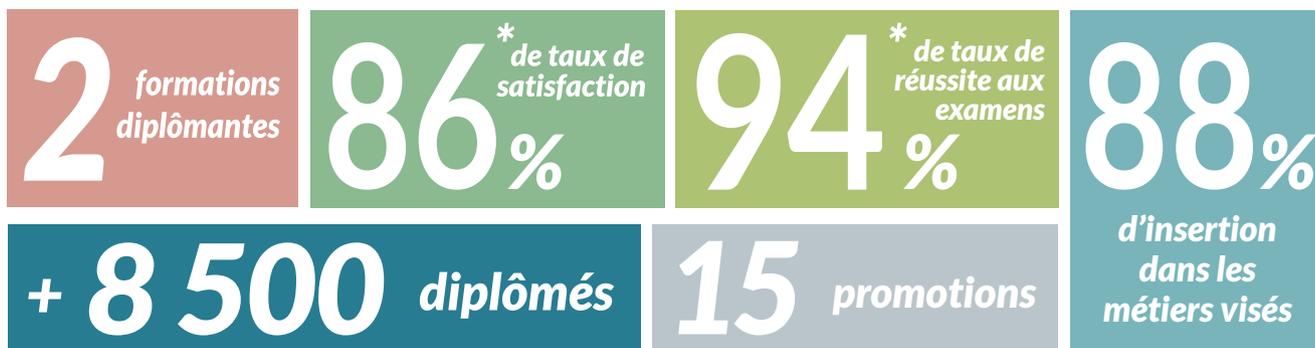
École Supérieure des Acheteurs Professionnels

L'École Supérieure des Acheteurs Professionnels a été créée par la CDAF Formation il y a maintenant 71 ans.

Ses élèves, des acheteurs formés par leurs pairs, participent à la croissance et la performance de nos plus belles entreprises en prônant l'excellence opérationnelle de la fonction Achat tout en promouvant les valeurs de l'école :

Respect et humilité, Travail et engagement, Responsabilité et déontologie.

Les formateurs sont triés sur le volet selon leur niveau d'étude et leur expertise et sont ensuite formés sur les supports pédagogiques de l'ESAP qui tient à garder une cohérence pédagogique au niveau national et assurer l'égalité de traitement de l'ensemble de ses participants.



62% des ESAPiens évoluent directement à la sortie de la formation



## TITRE CERTIFIÉ RNCP NIVEAU 6 (BAC+4)

### L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE POUR L'ACHETEUR



“ Analyser le besoin, réaliser une étude de marché, gérer un projet, mettre en place une stratégie Achat, négocier, gérer les risques... Un Acheteur Leader doit réaliser de nombreuses activités nécessitant la maîtrise de multiples compétences. C'est ce qui fait tout l'attrait de ce métier, mais également sa complexité. Notre volonté à l'ESAP est de former des Acheteurs Leader directement opérationnels, capables de gérer en toute autonomie plusieurs portefeuilles Achat. C'est pour cela que notre pédagogie est axée sur la mise en situation professionnelle, avec l'utilisation d'outils et de méthodologies directement transposables en entreprise. ”

Ronan Hascoët  
Directeur pédagogique

#### ATOUTS

- 1<sup>ère</sup> et + ancienne formation Achat en France
- Suivi pédagogique individuel
- Formateurs issus du monde professionnel
- Possibilité de poursuivre la formation vers le titre Niveau 7 Manager des Achats Internationaux

#### 2 FORMULES

##### Formule discontinue

- **58 jours** (406 h) + 1/2 journée d'examen final (4 h)
- **3 jours** en semaine (mercredi, jeudi, vendredi) de 9 h à 17 h
- **Période** : de septembre 2022 à juillet 2023
- **6 centres** : Paris, Lyon, Douai, St-Nazaire, Toulouse, Bordeaux

##### Formule continue

- **58 jours** (406 h) + 1/2 journée d'examen final (4 h)
- **Lundi - vendredi** de 9 h à 17 h
- **Stage pratique : 87 jours** (609 h)
- **Période** : décembre 2022 à juillet 2023
- **Lieu** : Paris

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.esap.fr](http://www.esap.fr)

# ESAP ACHETEUR LEADER : UN PROGRAMME QUI COUVRE L'ENSEMBLE DU PROCESSUS ACHAT

CODE CPF : 247965

1

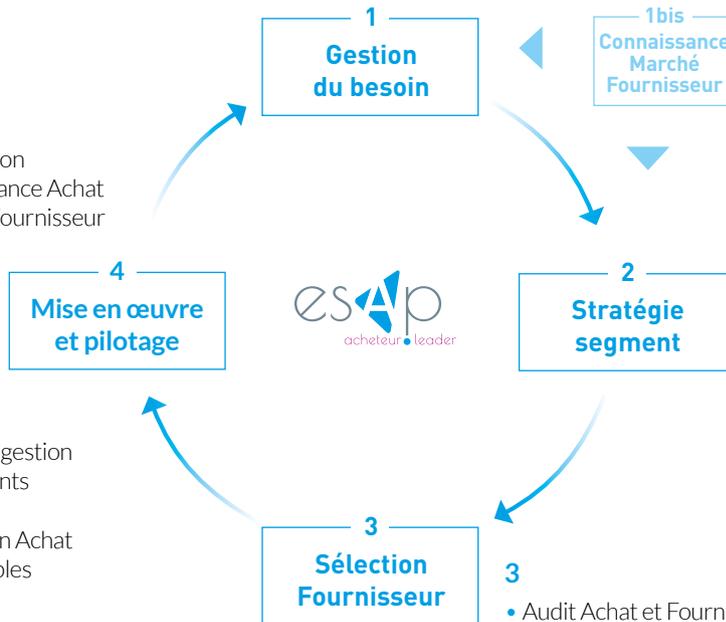
- Analyse du besoin
- Contrôle de gestion et Analyse des coûts Achat
- Activités et processus Achat

1 bis

- Marketing Achat et sourcing
- Sélection et évaluation des fournisseurs
- Analyse financière et diagnostic fournisseur

4

- Gestion des stocks
- Gestion de la production
- Mesure de la performance Achat
- Gestion de la qualité Fournisseur



2

- Stratégie Achat
- Outils de décomposition des coûts - TCO
- Sous-Traitance et Externalisation

## Transverse

- Économie générale
- Économie d'entreprise
- Fondamentaux et outils de la gestion de projet et des investissements
- Supply Chain
- TIC et systèmes d'information Achat
- Achats responsables et durables
- Gestion des risques Achat
- Communication et leadership
- Achat Hors production

3

- Audit Achat et Fournisseur
- Négociation : préparation et conduite
- Négociation : communication et tactiques



## ADMISSION

### En cursus complet

- Niveau bac + 2 min. et/ou expérience Achat
- Dossier + Entretien d'admission

### Via la VAE / VAP

- Nous consulter



TARIF : 10 900 € HT



“ Quand j'ai décidé de me réorienter dans les Achats après mes études et mes premières années d'expérience dans le commercial, l'ESAP a très vite été la formation la plus adaptée à mon projet : les fondamentaux enseignés par des professionnels et un rythme d'alternance satisfaisant pour l'entreprise et pour moi. J'ai appris à maîtriser les outils et méthodes de travail nécessaires à mon quotidien : répondre aux attentes en interne, savoir gérer la relation fournisseur et mesurer la performance de notre activité Achats. ”

Johana Meyer  
ESAP Acheteur Leader - Promotion 64



## TITRE DE NIVEAU 7 (BAC+5)

### MANAGER LES ACHATS INTERNATIONAUX ET DRIVER L'INNOVATION DE SON ENTREPRISE



“ Ne pas cantonner la fonction Achat à de l'opérationnel ! L'enjeu est d'aller au-delà, se donner de la profondeur, de la perspective dans des environnements en perpétuelle évolution. En donnant plus de visibilité aux Managers Achat sur les enjeux et les risques ainsi que sur l'environnement de leur entreprise, nous permettons aux achats d'être une fonction stratégique, accompagnant l'organisation dans l'atteinte de ses objectifs. C'est dans cette optique que nous déployons depuis 2008 ce parcours de formation. En intégrant des approches telles que la stratégie d'Entreprise, la Qualité, le management des équipes et des organisations, la Supply Chain... Nous vous donnons les clés pour structurer une direction achats et mener à maturité votre organisation. Nous sommes convaincus que le fondement de la performance est la compétence, et qu'à ce titre, la qualité de nos enseignements font et continueront à faire la différence. ”

Éric Lépine  
Responsable du programme  
Manager des Achats Internationaux

#### ATOUTS

- Programme de haut niveau pour un public de professionnels
- Formation reconnue par l'État (RNCP Titre Niveau 7, délivré en partenariat avec l'ISCID-CO)
- Rythme alliant formation et activité professionnelle

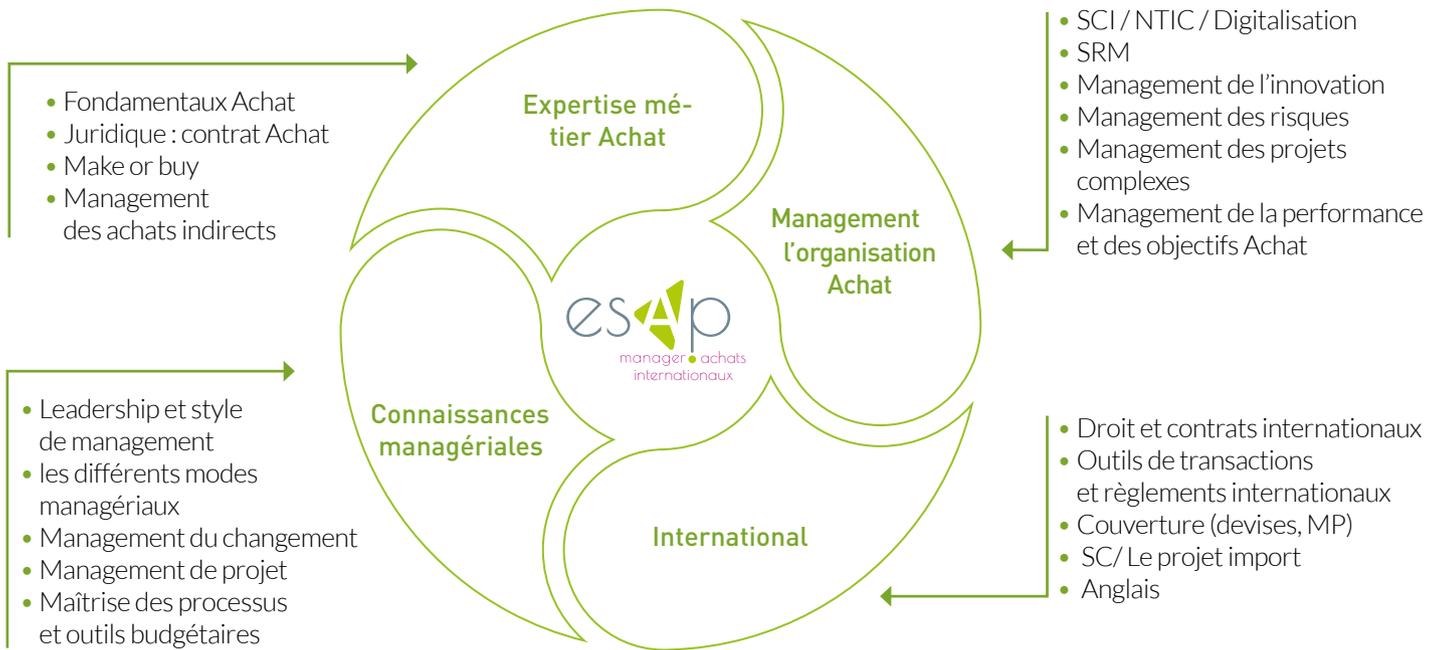
#### FORMULE

- **54 jours** (378 h) + 1 jour de soutenance du mémoire
- **3 jours** (mercredi, jeudi, vendredi) toutes les 2/3 semaines
- **Période** : octobre 2022 à septembre 2023
- **5 centres** : Paris, Lyon, Bordeaux, Douai, Saint-Nazaire

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.esap.fr](http://www.esap.fr)

# UN PROGRAMME CONSTRUIT AUTOUR DES 4 DOMAINES DE COMPÉTENCES DU MANAGER ACHAT

CODE CPF : 306651



## ADMISSION

### En cursus complet

- Niveau bac + 4 min. et/ou expérience Achat
- Dossier + Entretien d'admission

### Via la VAE / VAP

- Nous consulter

## TARIF

11 900 € HT



“J'avais pour objectif d'accéder au métier d'acheteur lorsqu'un directeur Achats d'un grand groupe m'a conseillé sans hésitation l'ESAP... et il avait bien raison.

L'école m'a permis d'intégrer une formation qui en seulement deux ans a fait de moi un acheteur opérationnel grâce à l'alternance et stratégique grâce aux cours dispensés par de vrais professionnels du monde Achats. En plus d'y apprendre tous les fondamentaux, l'ESAP m'a permis de construire un réseau solide qui est primordial dans notre profession. Grâce à leur confiance, je peux aujourd'hui effectuer le métier que j'affectionne le plus aujourd'hui...”

Anthony Troude  
ESAP Manager Achat - Promotion 7



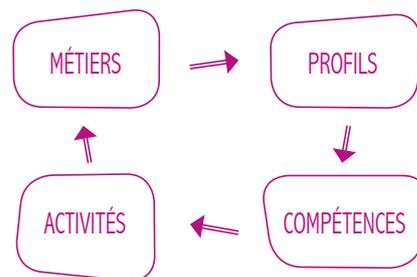
# BEE-RESOURCES

## AVEZ-VOUS ?

- Une organisation Achats avec toutes les compétences nécessaires ?
- Des individus avec les connaissances attendues pour leur fonction ?
- Des plans individuels et collectifs de développement des compétences pour vous adapter aux enjeux d'aujourd'hui et de demain ?

## MÉTIER, ACTIVITÉS ET COMPÉTENCES

L'outil CDAF Formation Bee-Resources<sup>®</sup> aide les organisations Achat et les individus à valider qu'ils ont la bonne combinaison de connaissances et savoir-faire pour soutenir au mieux l'entreprise. L'outil propose 18 métiers standard des Achats et de la chaîne d'approvisionnement. D'autres profils peuvent être construits sur demande.



*Avec 70 ans d'expérience dans la formation spécialisée pour les métiers Achats, CDAF Formation a développé avec son partenaire EIPM un modèle complet qui précise les connaissances et le savoir-faire nécessaires pour réussir dans les différentes activités et métiers de ces fonctions.*

# LES ESSENTIELS

Profession acheteur .....		26
Analyse du besoin .....		28
Marketing Achat et Sourcing.....		29
Strategie Achat.....		30
Mesure de la performance Achat .....		31



# Profession Acheteur



## OBJECTIFS

- Définir les enjeux de l'acte d'achat
- Structurer un acte d'Achat en processus Achat
- Définir le rôle et les enjeux de la fonction Achat dans l'organisation
- Établir un processus Achat adapté à son organisation



## PUBLIC

- Acheteurs débutants
- Tous collaborateurs réalisant des achats



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Jeu pédagogique : création d'un service Achat dans la société Adventure



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

Formation réalisée autour d'un jeu fil rouge profession Acheteur  
Durant ce jeu, les stagiaires vont participer à la création d'un service Achat chez Adventure

### Lancement du jeu : quelle place occupe la fonction Achat dans les organisations ?

- L'entreprise Adventure à besoin de vous !  
Aidez-là à organiser ses achats
- Vous devrez expliquer pourquoi les achats sont devenus une fonction incontournable

### Un bon achat est un achat structuré

- Contribuez à la création d'un processus Achat chez Adventure !  
Quelles activités mener aux étapes du processus ?
- Vous découvrirez le processus Achat et les activités associées à chacune de ses étapes et vous comprendrez quelles sont les missions des acheteurs

### Prenez un bon départ

- Définissez les priorités Achat et les contributeurs à l'acte d'Achat chez Adventure
- Vous utiliserez les outils de priorisation et vous penserez l'acte d'Achat comme un projet à part entière

### Visez le juste nécessaire

- Vous devez challenger le besoin d'un collaborateur d'Adventure, pour son bien et celui de votre organisation
- Vous aurez besoin d'explorer les 5 dimensions du besoin et surtout faire la différence capitale entre les spécifications techniques et les spécifications fonctionnelles

### Les fournisseurs dont vous avez besoin existent-ils ?

- Il faut désormais étudier les marchés amont d'Adventure afin d'assurer que le marché est en mesure de répondre au besoin. Pour cela, rien de mieux que de transposer aux achats le puissant modèle des 5 forces de Porter



## BON PLAN

**Complétez ce module  
et personnalisez  
votre pratique de l'achat**

Profession Acheteur

### + 1 de ces formations :

- > Négociation Niveau 1
- > Stratégie Achat
- > Analyse du besoin
- > Gestion des risques
- > Contrat d'Achat

### Élaborez vos stratégies d'achat

- Construisez la matrice de segmentation Achat d'Adventure grâce à la célèbre et indémodable matrice de Kraljic
- Quelle sera la meilleure stratégie pour chacun de vos segments d'achat ?

### Choisissez les meilleurs

- Sélectionner les meilleurs fournisseurs grâce à une grille multicritères pour un besoin d'Achat d'Adventure
- Préparer et mener une négociation pour Adventure en respectant les règles fondamentales du négociateur Achat

### N'oubliez pas le plus important

- C'est maintenant le moment de faire en sorte que toutes les étapes précédentes prennent corps dans la réalité, par le déploiement concret des accords contractuels, et le suivi de la performance attendue
- Construisez un tableau de bord Achat pour Adventure
- Vous pourrez également vous appuyer sur le triangle de la performance

### Retour à la vraie vie

- Transposez les acquis de la formation dans votre environnement professionnel
- Mettez les à profit immédiatement en rédigeant un plan d'action
  - 1 - Réflexion sur les acquis de la formation : méthodes, démarches, outils, bonnes pratiques
  - 2 - Identification des éléments transposables à son environnement professionnel
  - 3 - Déploiement avec la rédaction d'un plan d'action individuel



Profession Acheteur :  
un jeu pédagogique CDAF Formation

2022

Paris	28 fév-1 <sup>er</sup> -2 mars
	12-13-14 septembre
	2-3-4 novembre
Lyon	28 fév-1 <sup>er</sup> -2 mars
	26-27-28 septembre
	2-3-4 novembre
Toulouse	19-20-21 octobre
Douai	2-3-4 novembre
Bordeaux	19-20-21 octobre
St Nazaire	12-13-14 octobre

→ = un pack de 2 formations

3200 € HT

1800 € HT

3J

# Analyse du besoin



## OBJECTIFS

- Comprendre les principes de l'analyse fonctionnelle et de l'analyse de la valeur
- Animer un groupe d'expression de besoin



## PUBLIC

- Responsables Achat
- Acheteurs, Acheteurs familles



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques, méthodologiques
- Exercices d'applications
- Échanges d'expériences
- Analyses de situations à partir de cas pratiques des participants
- Mise en application par les apprenants



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Introduction

- Place de l'analyse du besoin dans le Processus Achat
- Acteurs de l'analyse du besoin
- Les groupes d'expression du besoin
- Rôle des achats dans l'analyse du besoin
- Les différents besoins "réels": le bon réflexe méthodologique
- Re-spécifications
- Illustrations
- Quel(s) besoin(s) ?

### Le principe

- Origine et évolution de l'analyse de la valeur
- Définition de la valeur
- Notion de valeur : la valeur perçue et la valeur produite
- Différence entre analyse fonctionnelle et analyse de la valeur
- Leviers d'augmentation de la valeur
- Quand faire une analyse de la valeur
- Ateliers
- L'outil Bête à Cornes® : le premier pilier de la re-spécification

### Les fonctions

- Les fonctions et les critères de performances attendus
- Spécifier une fonction
- Réaliser une analyse fonctionnelle
- L'outil Pieuvre®
- Utiliser un tentacule

### La démarche

- Acteurs
- Étapes et compétences
- Tableau d'analyse fonctionnelle
- Plan d'action récapitulatif

### Conclusion - Annexes

### Jour 3 : cas pratique

- Ancrage pédagogique avec notre jeu "Le juste besoin".



Le juste besoin :  
un jeu pédagogique CDAF Formation

2022

Paris	16-17-18 nov
Lyon	16-17-18 nov
Toulouse	2-3-4 nov
Douai	23-24-25 nov
Bordeaux	2-3-4 nov
St Nazaire	19-20-21 oct

1800 € HT

3J



## OBJECTIFS

- Savoir réaliser une étude de marché à l'achat en détaillant les opportunités et menaces pour l'acheteur
- Pouvoir mener une action de sourcing en ayant répondu au besoin



## PUBLIC

- Responsables Achat
- Acheteurs familles
- Acheteurs



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications
- Échanges d'expériences
- Mise en application sur la problématique de l'apprenant



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### L'Étude de marché à l'Achat

- Pourquoi étudier les marchés fournisseurs ?
- Première étape : la segmentation
- Segmenter en 3 niveaux
- Deuxième étape : L'étude de marché à l'achat
- Présentation de l'outil : PESTEL
- Présentation de l'outil : les 5 forces de Porter adaptées aux marchés Achat
- Mise en application  
Cas fil rouge sur un segment d'achat : Étude d'un marché à l'achat

### Processus de sourcing

- Pourquoi sourcer ?
- Nécessité de fonctionner en mode processus
- Découverte et application des outils de sourcing RF'X : RFI, RFQ, RFP
- Mise en application  
Reprise du cas fil rouge : à partir des fournisseurs identifiés précédemment, proposer un processus de sourcing avec les outils adaptés
- Réflexion collective sur un segment d'achat à étudier à la suite de la formation (travail individuel post formation)

2022

Paris	16-17 mars 26-27 septembre
Lyon	14-15 mars 30 nov-1 <sup>er</sup> déc
Toulouse	14-15 novembre
Douai	14-15 novembre
Bordeaux	5-6 décembre
St Nazaire	9-10 novembre

1450 € HT

2J



## OBJECTIFS

- Lier la stratégie Achat à la stratégie d'Entreprise
- Déterminer les critères de choix d'une stratégie
- Comparer, critiquer les différentes stratégies



## PUBLIC

- Responsables Achat
- Collaborateurs de services
- Acheteurs familles



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications
- Étude de cas pratiques
- Jeu pédagogique



## PRÉREQUIS

- Marketing Achat et Sourcing



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Méthodologie d'une Matrice SWOT

- Introduction
- Les analyses stratégiques
- Construction d'une analyse SWOT

### Appréhender la stratégie de l'organisation

- Les différentes stratégies

### Établir la politique Achat

- Déclinaison de la stratégie en politique Achat
- Établissement de la politique Achat
- Contenu de la politique Achat

### Les différentes Organisations Achat

- Introduction
- Les différents types d'organisation
- Exemples

### Définir sa stratégie segment

- Introduction
- Les 6 principales stratégies et les leviers
- Analyse stratégique avec la matrice de Kraljic
- Le coût global
- Le plan d'action

### L'approche par les compétences

- Introduction
- La démarche

### La relation avec les fournisseurs stratégiques

- Définitions
- Éthique et déontologie
- Le management des fournisseurs clés
- Conclusion

### Jour 3 : Ancrage pédagogique avec notre jeu "Les Stratèges®"



Les Stratèges :  
un jeu pédagogique CDAF Formation

2022

Paris	28-29-30 mars 3-4-5 octobre
Lyon	28-29-30 mars 14-15-16 décembre
Toulouse	23-24-25 novembre
Douai	12-13 déc 2022-5 jan 2023
Bordeaux	30 nov-1 <sup>er</sup> -2 déc
St Nazaire	24-25 nov-1 <sup>er</sup> déc

1800 € HT **3 J**



## OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de la mise en œuvre d'un tableau de bord
- Acquérir une méthode pour construire un tableau de bord
- Faire vivre et améliorer un outil de tableau de bord



## PUBLIC

- Dirigeants Achat
- Chefs de projets Achat
- Acheteurs



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques
- Échanges d'expériences
- Étude de cas



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Enjeux et utilité de la mesure de la performance aux Achats

- Comprendre le lien entre la stratégie retenue, les objectifs et la performance Achat
- Identifier des domaines quantitatifs et qualitatifs mesurables de la fonction
- Passer d'un rapport de contrôle à un véritable outil de pilotage
- Apporter un éclairage sur les décisions à prendre
- Mettre en œuvre un outil pour faire savoir et focaliser les efforts d'amélioration

### Méthodologie

- Identifier et décliner la contribution Achat dans le cadre de la stratégie globale de l'entreprise
- Identifier les axes de progrès : stratégie, processus, opérations, management
- Définir et piloter des objectifs
- Recueillir les données nécessaires
- Construire son tableau de bord Achat
- Étude de cas
- Bibliographie

### Améliorer les tableaux de bord Achat existants

- Piloter des domaines non ou mal couverts de la fonction Achat par les tableaux de bord existants

2022

Paris

30-31 mai

9-10 novembre

1450 € HT

2J



# NÉGOCIATION ACHAT

Négociation Achat - Niveau 1 .....	34
Négociation Achat - Niveau 2 .....	36
Négociation Achat - Niveau 3 .....	37
Négociation Achat - Niveau 4.....	38
Techniques relationnelles de négociation - Niveau 1 .....	39
Techniques relationnelles de négociation - Niveau 2 .....	40



# Négociation Achat - Niveau 1



## OBJECTIFS

- Distinguer les éléments de méthodes et les éléments intuitifs dans l'expérience individuelle et collective
- Confronter les habitudes, les croyances et les idées reçues à une approche structurée
- Acquérir les fondamentaux de la négociation dans les éléments de langages utilisés et la posture à adopter
- Bâtir une méthode personnalisée dans la préparation et la conduite de négociation



## PUBLIC

- Toute personne chargée de conduire ou participer à une négociation



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Cas pratiques et ateliers
- Mises en situation et échanges d'expérience
- Jeux pédagogiques



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Introduction

- Aimez-vous négocier ?
- Exercice "L'art de la guerre"
- Activité : Les tables de la loi du négociateur

### Réflexes conditionnés

- Test de négociation
- Pourquoi dites-vous ça ?  
Ces mots qui vous desservent
- Pourquoi faites-vous ça ?  
Cette attitude qui trahit vos intentions

### Préceptes de l'audace

- Conseils pour une posture audacieuse
- Les 3 dilemmes du négociateur
- Exercice « le marchand de vin »
- Le principe d'indétermination

### Idées reçues

- Chantage ou jeu de dupe
- La limite du raisonnable
- La relativité WinWin

### Anticipation

- Escape game : les 7 clés de l'anticipation
- NegoKit®

### L'enjeu

- Objectif SMART
- Estimation de la blind
- SWOT game 1 : opportunités et menaces

### Rapport de pouvoir

- Les 3 dimensions du pouvoir
- Détermination du pouvoir réel
- SWOT game 2 : Forces et faiblesses
- Influence du pouvoir exprimé

### Valeurs échangeables

- Plage idéale
- Valeur de saturation
- Valeur de déconnexion
- Table de mixage

### Première annonce

- Valeur d'ancrage
- 8 conseils pour que le premier coup fasse la moitié du combat
- Prise de position

### La tactique

- Composantes
- Négocier en équipes

# Audace, anticipation et ligne de conduite

## Dernier recours

- L'as de pique
- 3 critères pour le créer
- 3 conditions pour le jouer
- Mise à jour du NégoKit®

## Conduite de négociation

- Négo ciné 1 : "Intolérable cruauté"
- Négo ciné 2 : "True Grit"
- Les 4 phases d'une négociation réussie

## Scénario de négociation

- Focus sur l'ancrage
- Focus sur l'exploration
- Focus sur l'échange
- Focus sur la décision
- Négo Kit® : Le scénario de négociation

## Le suivi de la négociation

- Formalisation et applicabilité de l'accord
- La post-négociation en interne
- Plan d'action de mise en place des éléments négociés

## Conclusion

- Trouvez votre voie
- NégoKit® version complète

2022

Paris	11-12-13 avril 17-18-19 octobre
Lyon	11-12-13 avril 21-22-23 novembre
Toulouse	30-31 mars-1 <sup>er</sup> avril
Douai	6-7-8 avril
Bordeaux	13-14-15 avril
St Nazaire	30-31 mars-1 <sup>er</sup> avril

1800 € HT

3J



BON PLAN

Niveau 1  
+  
Niveau 2

5J

2900 € HT

au lieu de 3250 € HT

# Négociation Achat - Niveau 2 Techniques et Tactiques



## OBJECTIFS

- Établir un regard critique sur les techniques les plus usitées
- Utiliser les techniques appropriées au contexte et au service de l'objectif fixé
- Analyser les données de la négociation pour choisir la tactique la plus efficace
- Adopter la posture correspondante à la tactique établie
- Exprimer son pouvoir dans les proportions requises par le niveau d'ambition et la considération de la relation commerciale



## PUBLIC

- Toute personne chargée de conduire ou participer à une négociation



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Cas pratiques et ateliers
- Mises en situation et échanges d'expérience
- Jeux pédagogiques



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Analyse critique et pertinence contextuelle des techniques courantes

- Les légos
- Le partenariat
- Le désintérêt
- La misdirection
- Le miroir aux alouettes
- Le duel
- L'urgence
- La dévalorisation
- L'usure
- Le bluff
- Le tweet
- La promesse
- Le stagiaire
- L'avocat et le procureur
- La menace
- La saturation
- Le dossier du concurrent
- L'effet Colombo
- L'impact player
- L'ajournement
- Techniques personnelles
- Activité : négo ciné 4
- Activité : négo ciné 5

### Les leviers stratégiques

- Bien préparer pour gagner
- Ambition et créativité
- Lexique des valeurs échangeables selon Kraljic

### Expression du pouvoir

- Les 3 dimensions du pouvoir
- Arguments et leviers
- Le pouvoir potentiel par Kraljic

### Échiquier tactique

- Échiquier tactique
- Tactique de la reine : la conquête
- Tactique de la tour : le barrage
- Tactique du cavalier : l'influence
- Tactique du roi : la diplomatie
- Tactique du pion : le leurre
- Tactique du fou : l'ambivalence

2022

Paris	16-17 mai
	7-8 novembre
Lyon	25-26 avril
	5-6 décembre
Toulouse	14-15 avril
Bordeaux	28-29 avril
Douai	21-22 avril
St Nazaire	21-22 avril



BON PLAN

Niveau 1  
+  
Niveau 2

5J

2900 € HT

au lieu de 3250 € HT

1450 € HT

2J

# Négociation Achat - Niveau 3 Scénarisation stratégique



## OBJECTIFS

- Analyser et/ou anticiper les objectifs du fournisseur en termes d'objectifs commerciaux
- Préparer stratégiquement une négociation complexe en prenant en compte les facteurs internes et externes pouvant agir sur elle
- Élaborer plusieurs scénarios de négociation en définissant les points forts et les faiblesses de chacun, les caractéristiques des fournisseurs et de leur culture, et à partir des leviers définis



## PUBLIC

- Toute personne chargée de conduire ou participer à une négociation



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Cas pratiques et ateliers
- Mises en situation et échanges d'expérience
- Jeux pédagogiques



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Manager Achat

## PROGRAMME

### Maîtriser les outils de la négociation

- Rappels des fondamentaux de l'anticipation : l'objectif, la blind, le pouvoir, la table des valeurs échangeables, le dernier recours, l'ancrage
- Rappels des fondamentaux de la conduite : les 4 tactiques majeures et les 2 tactiques mineures
- Outil : le NégoKit®
- Entraînement en simulation

### Négociation complexe

- Les facteurs de risques et les éléments de complexité
- Les lois du temps et leurs conséquences sur une négociation complexe

### Avoir un temps d'avance

- Objectifs long terme
- Analyse prédictive du marché et de la stratégie achat
- Analyse de la stratégie d'entreprise du fournisseur et de ses objectifs.

### Scénarisation stratégique

- Le storyboard
- Les leviers directs et indirects
- NégoKit® - version avancée
- Entraînement en simulation

### Implication des experts

- Sélection des "impacts players"
- Le casting interne
- Le casting externe
- Le briefing
- Le pre-show

### Tactiques de négociation complexe

- Tactiques dynamiques
- Questions inspirantes
- Attribution & Interprétation des rôles
- Rythmes et silences

### Négociation interculturelle

- Les ingrédients des cultures du monde
- Les trois écoles de l'interculturalité
- Les règles d'or de la négociation interculturelle
- Entraînement en simulation

2022

Paris	7-8-9 juin
Lyon	8-9-10 juin
Bordeaux	1 <sup>er</sup> -2-3 juin
Douai	1 <sup>er</sup> -2-3 juin
St Nazaire	1 <sup>er</sup> -2-3 juin

1800 € HT

3J



BON PLAN

Niveau 3  
+  
Niveau 4

6J

3200 € HT

au lieu de 3600 € HT

# Négociation Achat- Niveau 4 Maîtrise du face-à-face



## OBJECTIFS

- Conduire un entretien de négociation en analysant les modes de communications verbales et non verbales de ses interlocuteurs, en prenant en compte les arguments et objections formulés
- Établir sa cartographie de compétences de négociateur pour orienter la négociation sur un terrain favorable
- Maîtriser les éléments de communication, de posture afin de prendre le contrôle de la négociation



## PUBLIC

- Toute personne chargée de conduire ou participer à une négociation



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Cas pratiques et ateliers
- Mises en situation et échanges d'expérience
- Jeux pédagogiques



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Manager Achat

## PROGRAMME

### Les compétences du négociateur

- Les 8 compétences de savoir
- Les 8 compétences de savoir-faire et de savoir-être
- Évaluation et cartographie

### Style de négociateur

- Le cadran des négociateurs
- Diagnostic et positionnement
- Caractéristiques du style dominant

### Maîtrise comportementale

- Le reflet du miroir
- Affinités naturelles
- La diagonale du fou
- Mise en situation de négociation avec jeu : "Checkmate"

### Prendre l'avantage

- Zone de confort
- Affinités styles - tactiques

### Gestion des négociations conflictuelles

- L'assertivité
- La légitimité et la certitude de l'acte
- Activités pédagogiques de mise en application

### Communication influente

- Les piliers de la communication (verbale, vocale, non-verbale)
- L'argumentation ciblée
- L'écoute active
- Le traitement des objections avec la méthode AVAR
- Activités pédagogiques de mise en application



BON PLAN

Niveau 3  
+  
Niveau 4

6j

3200 € HT

au lieu de 3600 € HT

2022

Paris	20-21-22 juin
Lyon	20-21-22 juin
Douai	20-21-22 juin
Bordeaux	20-21-22 juin
St Nazaire	22-23-24 juin

1800 € HT

3j

# Techniques relationnelles de négociation - Niveau 1



## OBJECTIFS

- S'approprier les fondamentaux de l'analyse transactionnelle et de la PNL
- Apprendre à utiliser ces outils de manière complémentaire en situation de relation
- Améliorer sa performance individuelle vis-à-vis de ses interlocuteurs internes et externes



## PUBLIC

- Toute personne chargée de conduire ou participer à une négociation ou à un projet



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés de synthèse sur les principes essentiels des méthodes choisies



## PRÉREQUIS

- Maîtrise des fondamentaux de la négociation

## PROGRAMME

### Décodage des processus d'une relation avec l'Analyse Transactionnelle (AT)

- Présentation et historique de l'AT
- États du moi : la construction et le développement de la personnalité
- Transactions : l'analyse des modes de communication dans tout échange avec autrui
- Positions de vie : chacun se situe par rapport à autrui
- Le triangle de KARPMAN : analyse des transactions négatives dans la communication interpersonnelle
- Structuration du temps : la connaissance des rythmes personnels
- Scénarii : le rôle le plus souvent "joué par chacun", les connaître pour comprendre les comportements

### Décodage des processus d'une relation avec la Programmation Neuro Linguistique (PNL)

- Présentation et historique de la PNL
- Bases de la communication : savoir se présenter et entrer en communication avec autrui
- Connaître le minimum des processus mentaux en jeu
- Comprendre la logique d'une personne pour mieux argumenter

- Connaître les conditions d'une bonne relation pour une négociation réussie
- Déterminer une stratégie
- Se synchroniser
- Gérer son stress

### PNL et négociation

- Trouver un code commun
- Traitement des objectifs ou l'art du questionnement et du recadrage

### Synthèse pratique des journées AT et PNL

### Utilisation des outils dans la négociation

- Travail sur des cas concrets de négociation où les animateurs utiliseront les techniques étudiées pour aider à la compréhension et au déchiffrement des modes de fonctionnement des interlocuteurs

Groupe  
de 8 personnes  
maximum

2022

Paris 14-15 mars + 04-05 avr  
12-13 sept + 10-11 oct

2450 € HT

4J

# Techniques relationnelles de négociation - Niveau 2



## OBJECTIFS

- Se sentir à l'aise dans une situation de négociation
- S'exprimer avec assertivité
- Mieux argumenter et convaincre



## PUBLIC

- Toute personne chargée de conduire ou participer à une négociation ou à un projet



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cours / Travaux dirigés / Études de cas
- Applications et tests personnels
- Exercices et jeux de rôle



## PRÉREQUIS

- Techniques relationnelles de négociation Niveau 1 impératives

## PROGRAMME

### Développer ses compétences comportementales pour se sentir à l'aise dans la situation de négociation

Mieux connaître sa personnalité (points de force et de faille) et cerner son incidence dans les relations interpersonnelles

- Feedback sur les Techniques relationnelles de négociation Niveau 1
  - débriefing approfondi
  - analyse de mon profil personnel et professionnel
- Connaissance de soi
  - prise de conscience de l'incidence de mes comportements sur mon style de négociation
  - savoir identifier la personnalité de son interlocuteur pour mieux le cerner

### Intégrer des outils pour développer son adaptabilité dans les relations interpersonnelles

- Faire évoluer son style personnel et élargir l'éventail de réponses pour s'adapter à ses interlocuteurs et donc mieux négocier
- Développer ses capacités relationnelles en vue d'une communication stratégique : intégration d'outils pour améliorer l'écoute et la qualité de mes échanges (hiérarchie, collaborateurs et clients)
- Utilisation de 2 outils : gestuologie et morphopsychologie
- Gérer la relation de face à face :
  - exprimer son point de vue de façon claire et efficace
  - développer une écoute active et répondre aux objections

- apprendre à se synchroniser avec son interlocuteur
- convaincre avec une argumentation sur mesure
- gérer les désaccords et résoudre les conflits
- créer un climat coopératif et rechercher des solutions gagnant-gagnant

### Travailler la confiance en Soi et l'affirmation dans la relation de négociation

Valoriser son image pour développer la confiance en soi et convaincre son interlocuteur

- Gérer son stress et ses émotions
  - repérage et diagnostic des situations de stress
  - mise en place d'un plan d'action (stratégies anti-stress)
- Développer son assertivité
  - analyse du niveau d'estime de soi et du potentiel émotionnel
  - proposition de techniques pour affirmer ma personnalité (ni "hérisson", ni "paillasson")
  - valoriser son image par un diagnostic vestimentaire, proposition de stratégies vestimentaires adaptées au profil de personnalité et à la situation de négociation
  - redynamisation et valorisation de mon image pour mieux affirmer ma personnalité

2022

Paris

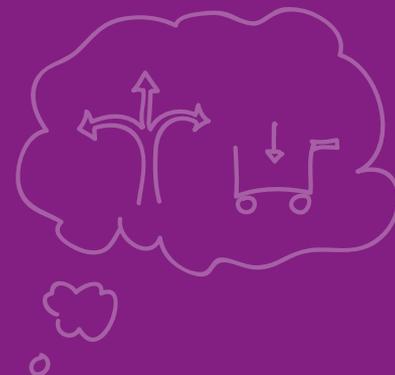
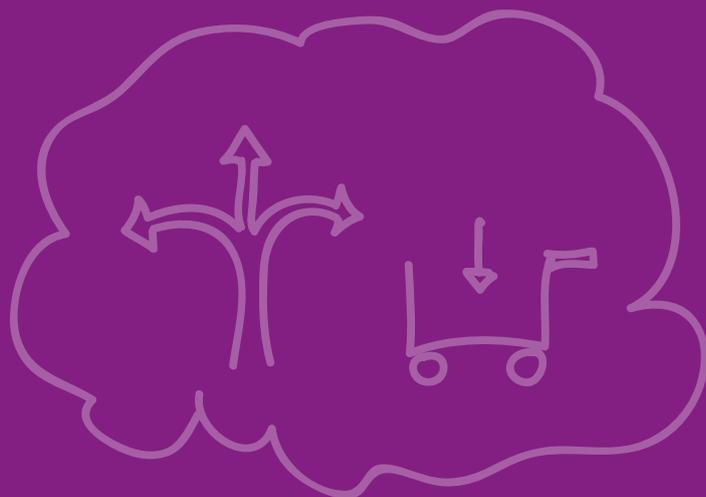
21-22-23 novembre

1950 € HT

3J

# LE MANAGEMENT DES ACHATS

Management des stratégies Achat .....	42
Management d'une organisation Achat .....	44
Management des Risques Achat à l'international .....	45
Total Quality Management (TQM).....	46
Management de l'innovation amont.....	47



# Management des stratégies Achat



## OBJECTIFS

- Construire et faire évoluer les panels Fournisseur
- Segmenter les achats en familles, visualiser et analyser son portefeuille Achat
- Prospector et identifier de nouveaux fournisseurs, étudier les caractéristiques de leur offre et participer/organiser leur sélection
- Organiser et déployer un SRM
- Piloter les stratégies segments
- Intégrer les problématiques de la délocalisation, resourcing et make or buy dans sa réflexion stratégique
- Élaborer un plan stratégique



## PUBLIC

- Managers, directeurs Achat
- Toute personne souhaitant développer une collaboration innovante avec ses fournisseurs



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Concepts et apports théoriques
- Étude de cas et application



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Manager Achat

## PROGRAMME

### MANAGEMENT DES STRATÉGIES ACHAT

### PHASES AMONT

#### Introduction

#### Élaborer la contribution du service Achat

- D'une logique insulaire à une logique intégrative
- Les enjeux de la création de valeur
- L'analyse des risques stratégiques

#### De la stratégie d'entreprise à la stratégie Achat

- Notion de stratégie (objet, définition, niveaux, génériques)
- Focus sur les parties prenantes (identification, intérêts en présence)
- La démarche stratégique (démarche et outils)
- Rôle du stratège et importance du choix de gouvernance
- Stratégie d'entreprise, politique Achat et stratégie Achat

#### De la stratégie Achat aux stratégies Achat Segment

- Plan stratégique et stratégies Achat Segment
- Objectifs stratégiques et objectifs opérationnels
- Problématiques de la délocalisation, resourcing, et make or buy dans la réflexion stratégique

## MANAGEMENT DES STRATÉGIES ACHAT LES PHASES AVAL

### Pilotage des panels Fournisseur

- Notion de panel Fournisseur
- Objectifs d'une politique de panels fournisseurs
- Critères de constitution
- Approches managériales

### Management de la relation Fournisseur

- Fournisseur comme ressource clé et contributeur à la chaîne de valeur de l'organisation
- Objectifs et principes du SRM
  - objectifs visés et création conjointe de valeur
  - hiérarchisation des fournisseurs
  - gouvernance de la relation
  - établir et partager une stratégie commune
- Identification et sélection des fournisseurs clés

### Définir et mettre en œuvre sa stratégie Segment

- Les déclinaisons tactiques des stratégies Achat
  - achat simple : simplification des processus
  - achat levier : consultation
  - achat critique : identification et sécurisation
  - achat stratégique : la relation
- Les déclinaisons opérationnelles des stratégies Achat en plans d'action
  - élaboration du plan d'action
  - mise en place et pilotage
  - les indicateurs de performance et le tableau de bord achat

### Management de la relation Fournisseur

- Relation avec les fournisseurs stratégiques
- Mise en œuvre du SRM
- Pilotage de la performance fournisseur
  - la scorecard Fournisseur
  - la revue de performance Fournisseur
  - les plans de progrès Fournisseur

### Étude de cas

### Conclusion : les bonnes pratiques de la stratégie Achat

2022

Paris	5-6-7 + 26-27-28 janvier
Lyon	5-6-7 + 19-20-21 janvier
Bordeaux	12-13-14 janv + 9-10-11 fév

2950 € HT

6J

# Management d'une organisation Achat



## OBJECTIFS

- Définir une organisation suivant son environnement
- Identifier les clés essentielles pour construire un service Achat
- Optimiser l'organisation du département Achat par domaine d'achat, type de métier... en fonction des objectifs fixés
- Planifier et répartir les activités des acheteurs
- Définir, construire et faire évoluer le cadre organisationnel de la fonction



## PUBLIC

- Managers Achat
- Responsables de PME-PMI



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Analyse de documents, de rapports
- Cas d'étude de votre organisation par rapport à un référentiel



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Qu'est qu'une organisation

- Les termes rattachés à une organisation (structure, organigramme, organisation)
- Les dimensions possibles, focus sur :
  - local / groupe
  - national / international
- Les bénéfices, l'apport d'une organisation

### Les facteurs de contingence

- 8 contributeurs possibles à l'organisation
- Les facteurs de contingence
  - environnement
  - santé financière,
  - savoir-faire
  - etc...

### Les types d'organisation

- Centralisation, décentralisation, coordination
- Les avantages, les inconvénients
- Les opportunités, les risques
- La coordination selon Mintzberg

### Évaluation et évolution de l'organisation

- Niveau de maturité
- Choix d'organisation et recherche d'efficacité
- Évolution, adaptation et Plan d'amélioration

2022

Paris	 <b>SESSION À DISTANCE</b> Consultez les dates sur notre site <a href="http://www.cdaf-formation.fr">www.cdaf-formation.fr</a>
Lyon	
Douai	
Bordeaux	
St Nazaire	

1800 € HT

3J

# Management des risques Achat à l'international



## OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux du management de risque en entreprise
- Apprécier le rôle et la responsabilité du manager achat dans la gestion des risques
- Mettre en œuvre une méthodologie d'analyse de risques intégrant la dimension internationale des échanges
- Réaliser des analyses de risques fournisseurs et déployer les plans d'action permettant d'atteindre les objectifs définis



## PUBLIC

- Managers Achat
- Directeurs Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Travaux de groupes, études de cas (articles, photos, vidéos)
- Bibliographie et liens utiles



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Manager Achat

## PROGRAMME

### Introduction et fondamentaux

- Définition d'un risque
- Identification des différents types de risques
- Organisation et Méthodologie de la Gestion de Risque en Entreprise
- Stratégies de gestion des risques
- Gouvernance et Management du risque
- Rôle et responsabilité des achats dans la démarche de gestion des risques

### Les risques Achat inhérents aux achats internationaux

- Les risques liés aux importations
  - transport et douane
  - assurances
  - moyens de paiement
  - change
- Les risques délai, de non-exécution et de Qualité à l'international
- Les risques spécifiques à la propriété intellectuelle à l'international

### Évaluation, analyse et traitement des risques : focus sur les risques marché et les risques Fournisseur

- Risques Marché
- Risques Fournisseur

### Anticipation et gestion des risques dans la durée

- Plans de prévention et plans de correction
- Plans de continuité d'activité
- Plans de reprise d'activité
- Mise en place d'un processus de veille, d'actualisation et de surveillance des risques

2022

Paris	 <b>SESSION À DISTANCE</b> Consultez les dates sur notre site <a href="http://www.cdaf-formation.fr">www.cdaf-formation.fr</a>
Lyon	
Douai	
Bordeaux	
St Nazaire	

1800 € HT

3J

# Total Quality Management (TQM)



## OBJECTIFS

- Évaluer, suivre et piloter la performance des fournisseurs
- Identifier les axes de progrès
- Implémentation ou amélioration du SI
- Mettre en place un système de rating
- Réaliser un audit, faire le suivi
- Mettre en place et piloter les indicateurs de son activité



## PUBLIC

- Responsable Achats, Acheteurs
- Qualitiens, Responsables qualité



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Cas d'études basés sur des grilles d'audit produit, service et de l'élaboration d'indicateurs



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Manager Achat

## PROGRAMME

### Encadrer la relation Fournisseur

- Les normes et les exigences réglementaires pour faire de la Qualité,
- Les outils Qualité (5M, 8D, QRQC ...)
- Les bases de données, les SI pour favoriser la traçabilité, la capabilité et la répétabilité
- Étude de cas pour mise en application

### Développer la relation Fournisseur

- L'élaboration de grilles d'audit Fournisseur, de visites Fournisseur
- Les indicateurs pour fédérer les équipes Fournisseur et internes, quelle formule de calcul
- La performance Fournisseur connue par le biais du tableau de bord
- Étude de cas pour mise en application

### Pérenniser l'approche qualité aux achats

- Des fournisseurs fiables en mettant une démarche qualité en action
- L'approche projet pour travailler et pour réussir
  - les plans de progrès
  - les plans de continuité
  - les plans de sécurisation
- La qualité, une aide au management des risques (AMDEC, matrice de risques)
- Étude de cas pour mise en application

2022

Paris	 <b>SESSION À DISTANCE</b> Consultez les dates sur notre site <a href="http://www.cdaf-formation.fr">www.cdaf-formation.fr</a>
Lyon	
Douai	
Bordeaux	
St Nazaire	

1950 € HT

4 J

# Management de l'innovation amont



## OBJECTIFS

- Identifier les tendances des marchés pour décliner l'impact sur la stratégie globale de l'entreprise
- Déployer les outils, concepts et terminologies utilisés dans le management de l'Innovation
- Établir une évaluation du potentiel d'innovation d'une entreprise



## PUBLIC

- Managers Achat
- Directeurs Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- E-learning
- Classes virtuelles
- Cas pratiques



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Manager Achat

## PROGRAMME

### Tendances et Innovation :

- Identifier et comprendre l'environnement des entreprises
- Visualiser le lien entre Tendances / Priorités d'entreprise / impact achats
- Atelier pédagogique
- Debriefing

### Enjeux Achat & Innovation

- Innovation : quelques définitions
- La contribution des achats à l'innovation
- Étude de cas
- Debriefing

### Le processus Achat Innovation (partie 1)

- Identifier des problèmes
- Identifier des solutions
- Étude de cas
- Debriefing

### Le processus Achat Innovation (partie 2)

- Organiser des ateliers innovation avec des fournisseurs
- Choisir le bon type d'atelier
- Atelier pédagogique
- Debriefing

### Impacts innovation

- Impliquer les fournisseurs dans des projets innovations
- La Mesure de l'innovation
- La carte stratégique du projet d'innovation achat
- Atelier pédagogique
- Debriefing

### La feuille de route Achat Innovation

- Évaluer la maturité Achat Innovation
- Atelier pédagogique
- Debriefing
- Conclusions

2022

Paris	 <b>SESSION À DISTANCE</b> Consultez les dates sur notre site <a href="http://www.cdaf-formation.fr">www.cdaf-formation.fr</a>
Lyon	
Douai	
Bordeaux	
St Nazaire	

1800 € HT

3J



À SAVOIR

Formation en partenariat avec l'EIPM  
mixant e-learning  
et formation présentielle en anglais





# PROTÉGER ET RESPONSABILISER L'ENTREPRISE

Contrats d'Achat .....	50
Gestion des risques Achat .....	52
Contrats de sous-traitance, Cotraitance, externalisation .....	54
Achat responsable et durable .....	55
RSE : enjeux et contribution de la fonction Achat .....	56



# Contrats d'Achat



## OBJECTIFS

- Savoir préparer la mise en place d'un contrat
- Connaître les obligations des parties au contrat
- Connaître les règles de la responsabilité contractuelle
- Comprendre les principes juridiques nationaux et internationaux
- Comprendre les clauses d'un contrat d'Achat
- S'assurer de la bonne exécution du contrat
- Prévenir et gérer un contentieux éventuel



## PUBLIC

- Responsables Achat, Acheteurs
- Gestionnaires de contrat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications
- Échanges d'expériences
- Jeu pédagogique



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Introduction

- Nul n'est censé ignorer la loi
- Présentation des différentes juridictions

### PARTIE 1 : PRÉSENTATION DU CONTRAT D'ACHAT ET PHASE PRÉCONTRACTUELLE

#### Notion du contrat

- Définition
  - le contrat est un acte juridique et une convention
  - les différentes obligations nées du contrat : obligation de faire, de ne pas faire et de donner
  - définition du contrat d'achat : un contrat commercial
  - particularité des contrats commerciaux
- Principes fondamentaux du droit des contrats
  - l'autonomie de la volonté
  - l'effet relatif des contrats
  - la force obligatoire des contrats
- Typologie des contrats
- Principaux montages juridiques
- Contrat cadre
- Contrat particulier

#### La phase précontractuelle

- Le contrat dans le processus achat
- Le but de la phase précontractuelle
- Le déroulement de la phase précontractuelle



## BON PLAN

Gestion des risques  
+  
Contrat d'Achat

6J

3200 € HT

au lieu de 3600 € HT

## PARTIE 2 : FORMATION ET CONTENU DU CONTRAT D'ACHAT

### Les conditions de validité du contrat d'achat

- Les conditions de forme
  - le principe du consensualisme
  - l'exception des contrats solennels
  - le contrat entre absents
- Les conditions de fond
  - un consentement intègre
  - l'objet du contrat
  - la cause / la capacité
- Sanction
  - la nullité
  - les D&I

### Le contenu du contrat d'achat

- Les CGV /CGA
  - présentation / contenu
  - les règles de prévalence
  - la loi Dutreil 2006
  - la loi de modernisation de l'économie
- Les clauses du contrat d'achat
  - la clause objet / la clause prix / la clause durée
  - la clause de réserve de propriété
  - les clauses de propriété intellectuelle
  - clause limitative de responsabilité

- clause relative aux assurances
- clause compromissoire et d'attribution de compétence
- clause pénale / clause résolutoire

## PARTIE 3 : L'EXÉCUTION DU CONTRAT D'ACHAT

### Les obligations des parties au contrat d'achat

- L'étendue des obligations
  - l'obligation de moyen
  - l'obligation de résultat
- Les obligations du vendeur
  - obligations légales
  - obligations jurisprudentielles
- Les obligations de l'acheteur
  - l'obligation de collaboration
  - l'obligation de paiement du prix
  - l'obligation de réception

### Le contentieux relatif à l'exécution du contrat

- La phase précontentieuse
  - la mise en demeure
  - l'exception d'inexécution
- La phase contentieuse
  - la responsabilité contractuelle
  - la réparation

- Les moyens d'exonération de responsabilité
  - les moyens contractuels
  - les moyens factuels : la cause étrangère

### Le contrat et les pouvoirs du juge

- L'interprétation des contrats
  - principe
  - modalités d'interprétation
- La révision du contrat
  - l'imprévision contractuelle
  - la prévision contractuelle

	2022
Paris	23-24-25 mai 28-29-30 nov
Lyon	23-24-25 mai 17-18-19 octobre
Toulouse	1 <sup>er</sup> -2-3 juin
Douai	7-8-9 juin
Bordeaux	7-8-9 juin
St Nazaire	18-19-20 mai

1800 € HT **3J**

# Gestion des risques Achat



## OBJECTIFS

- Identifier et caractériser les risques Achat
- Mettre en œuvre une méthodologie d'analyse applicable aux risques Achat
- Savoir se prémunir et manager ses risques en tant qu'acheteur



## PUBLIC

- Acheteurs
- Responsables Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Travaux de groupes, études de cas (articles, photos, vidéos)
- Jeu pédagogique : Le goût du risque
- Bibliographie et liens utiles



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Introduction

- Notion de risque
- Genèse du management de risque en entreprise
- Actualité (environnements V.U.C.A) et enjeux du management du risque par les entreprises
- Importance du risque Achat dans le management du risque de l'entreprise

### Gestion du risque en entreprise

- Notion et définition de risque et de gestion de risque
- Identification des différents types de risques
- Organisation, management et gouvernance de la gestion de risque en entreprise
- Démarche, méthodologies et principaux outils de gestion de risque



## BON PLAN

Gestion des risques  
+  
Contrat d'Achat

6J

3200 € HT

au lieu de 3600 € HT



Le goût du risque :  
un jeu pédagogique CDAF Formation

### Gestion des risques Achat : identification et classification des risques achat

- Classification par origine : risques internes et risques externes
- Classification par nature : risques économiques, opérationnels, financiers, juridiques et conformité
- Focus sur les risques :
  - produit, fournisseur et marché
  - juridiques
  - spécifiques liés au "Make or Buy"

### Identification et diagnostic des risques aux différentes étapes du processus Achat

- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "analyse du besoin"
- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "connaissance des marchés fournisseurs"

- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "stratégie segment"
- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "sélection des fournisseurs et contractualisation"
- Identification et diagnostic des risques relatifs à l'activité "mise en œuvre et pilotage"

### Analyse et évaluation des risques Achat

- Évaluation : méthode, critères et mise en application
- Cartographie et priorisation
- Études de cas (1<sup>ère</sup> partie)

### Maîtrise et traitement des risques Achat

- Stratégies de gestion de risques appliquées aux risques Achat
- Plans d'action / pilotage des plans d'action
- Les meilleures pratiques
- Études de cas (2<sup>ème</sup> partie - suite et fin)

### Management et gouvernance de la gestion des risques Achat

- Organisation, gouvernance et animation du processus de gestion des risques Achat
- Communication interne et externe
- Management des risques et amélioration continue
- Management de crise

	2022
Paris	4-5-6 juillet 12-13-14 déc
Lyon	9-10-11 mai 19-20-21 déc
Toulouse	18-19-20 mai
Douai	18-19-20 mai
Bordeaux	23-24-25 mai
St Nazaire	1 <sup>er</sup> -2-3 juin

1800 € HT

3J

# Contrats de sous-traitance, cotraitance, externalisation



## OBJECTIFS

- Identifier les risques juridiques propres aux contrats de sous-traitance, cotraitance et externalisation
- Savoir se prémunir de ses risques en tant qu'acheteur
- Gérer le risque social



## PUBLIC

- Responsables Achat
- Acheteurs
- Responsables SGX



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Réalisation de cas pratiques
- Exemples, références jurisprudentielles



## PRÉREQUIS

- Contrats d'Achat

## PROGRAMME

### Introduction

Contexte juridique et stratégique

### PARTIE 1 : LA MISE EN ŒUVRE DES CONTRATS DE SOUS-TRAITANCE, DE COTRAITANCE ET D'EXTERNALISATION

#### La sous-traitance

- Présentation
- Déploiement du contrat de sous-traitance
- Gestion par les acheteurs des risques propres à la sous-traitance

#### La cotraitance

- Présentation :
- Déploiement du contrat de cotraitance
- Gestion par les acheteurs des risques propres à la cotraitance
- Différences entre le contrat de cotraitance et de sous-traitance

#### L'externalisation

- Présentation
- La gestion par l'acheteur des risques propres à l'externalisation
- Les différences entre le contrat de sous-traitance et le contrat d'externalisation

### PARTIE 2 : LA GESTION DU RISQUE SOCIAL DANS LES CONTRATS DE SOUS-TRAITANCE, DE COTRAITANCE ET D'EXTERNALISATION

Le délit de marchandage et le prêt de main-d'œuvre illicite

- Le principe du monopole de placement des agences d'intérim
- Le prêt de main-d'œuvre illicite / Le délit de marchandage
- Faisceau d'indices et licéité de l'opération de prêt de main-d'œuvre / Les sanctions / Comment combattre ce délit ?

#### L'externalisation et le transfert de personnel

- Présentation / Conditions d'application/ conséquences
- Recommandations aux acheteurs

#### Le travail dissimulé

- Présentation
- La fausse sous-traitance / pouvoir de requalification du juge
- La responsabilité du maître d'ouvrage en cas de travail dissimulé chez le sous-traitant

2022

Paris

24 mars

23 novembre

1100 € HT

1J

# Achat responsable et durable



## OBJECTIFS

- Souligner la place du développement durable dans les entreprises et les achats
- Acquérir des outils et des exemples concrets d'application
- Utiliser des écolabels
- Initialiser la mise en œuvre
- Construire ses propres outils Achats responsables et durables



## PUBLIC

- Acheteurs, responsables RSE, développement durable et qualité
- Dirigeants, Managers Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Illustration avec exemples d'outils et de démarches Achats responsables et durables initiées dans des organisations
- Échange d'expériences entre les participants
- Ateliers : élaboration d'outils
- Initialisation d'une démarche Achat Responsable et Durable



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### 1<sup>er</sup> JOUR :

Fondamentaux et dispositif développement durable et achat responsables

- Fondamentaux du développement durable sous l'angle des achats
- Représentation de "l'empreinte carbone"
- Présentation du dispositif "Développement durable"
- Convention et référentiel, Réglementation, normes et écolabels
- Réaliser le cycle de vie et l'écoconception ; articulation avec leviers achats de création de valeur
- Découverte de la boîte à outils Achat Responsable
- Distinguer la maturité de la démarche achats responsables

### 2<sup>e</sup> JOUR :

Créer votre boîte à outils achats responsables - cas pratiques en atelier

- Charte Achat
- Charte fournisseur et clause contractuelle Développement Durable
- Questionnaire d'auto-évaluation fournisseur
- Cartographie des risques achats - liens avec les lois Sapin II et Devoir de Vigilance
- Illustrer la typologie des audits fournisseurs
- Réaliser les plans d'actions correctives
- Lister les principaux indicateurs du Tableau de bord achats responsables
- Conclusion : Atelier Achats responsables : coûts ou gains ?

2022

Paris

13-14 juin

21-22 novembre

1600 € HT

2J

# RSE : enjeux et contribution de la fonction Achat



## OBJECTIFS

- Définir la contribution de la fonction Achat à la RSE
- Identifier l'ensemble des enjeux RSE et leurs répercussions au niveau de la fonction Achat
- Intégrer les problématiques de la délocalisation ou du re-sourcing, en adaptant la stratégie achats pour offrir une performance durable à l'entreprise
- Acquérir les outils concrets des achats durables et responsables
- Pratiquer les achats matures



## PUBLIC

- Tout professionnel Achat souhaitant se sensibiliser avec le sujet



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Travaux de groupes, études de cas



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Manager Achat

## PROGRAMME

Historique de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise  
Institutionnalisation du concept et de la démarche  
Comment intégrer la RSE ?

Les grands enjeux environnementaux actuels, le concept de développement durable

- Vision Europe, vision US
- Les grandes étapes
- Les principes associés

La responsabilité des entreprises dans le développement durable

- Définition & objectifs
- Ses dispositifs & nouvelles exigences
- Orientation vers le changement ou la régulation
- Référentiels & agences (ISO 26000 RSE – ISO 20400 Achats responsables)
- Stratégies Entreprise associées – virtue Matrix
- Les concepts de la RSE : la responsabilité élargie / les impacts / les parties prenantes / les consom'acteurs

La contribution de la fonction Achat à la RSE de l'Entreprise

- Concepts et définitions d'Achats durables et responsables
- Ancrer la stratégie Achats dans la Stratégie RSE de l'entreprise
- La Relation et la responsabilité Fournisseur comme enjeu
- Évaluer, mesurer et manager les risques achats liés à la RSE

Les outils concrets des achats durables et responsables

- Le factuel au lieu du déclaratif, la traçabilité, l'analyse du cycle de vie du produit
- Le processus achat revisité,
- La nouvelle charte fournisseur, le nouveau questionnaire ...

L'atelier guidé

- Création et mise en situation dans un cas réel d'entreprise

2022

Paris	 <b>SESSION À DISTANCE</b> Consultez les dates sur notre site <a href="http://www.cdaf-formation.fr">www.cdaf-formation.fr</a>
Douai	
Bordeaux	
St Nazaire	

1450 € HT

2J

# LA FINANCE

Finance pour les non financiers .....	58
Contrôle de gestion et analyse des coûts Achat .....	59
Analyse financière et diagnostic fournisseur .....	 60
Méthode de décomposition des coûts .....	 62



# Finance pour les non financiers



## OBJECTIFS

- Être un lecteur averti et rapide des documents de la liasse fiscale : bilan, compte de résultat
- Savoir comparer plusieurs fournisseurs sur le même secteur
- Utiliser les quelques ratios simples et utiles
- Savoir poser les bonnes questions aux fournisseurs sur leur santé financière



## PUBLIC

- Acheteur ou responsable d'achats
- Tout autre personne de l'entreprise qui a besoin de parfaire sa culture financière



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exercices
- Apports théoriques



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

*Vos connaissances spontanées... et votre intuition pour les classer*

### Introduction

Non pas du bon sens, mais des conventions à connaître :

- Vos fournisseurs américains utilisent les GAAP
- Vos grands fournisseurs européens utilisent les IFRS
- Vos PMI française utilisent le Plan Comptable Général

Peu importe, avec moins de 10 règles à connaître vous saurez lire tous les documents !

### Le bilan

- Ne bougeons plus pour la photo !
- Une logique de classement des informations : gauche-droite et haut-bas
- Le total des actifs est toujours égal au total des passif
- Trois indicateurs aussi indispensables que faciles à calculer : votre fournisseur sur le long terme/ dans son exploitation / dans son quotidien
- L'interprétation du bilan
  - dans un bilan, tout est lié, faites marcher les pistons !
  - reconnaissez les business models de vos fournisseurs à partir de ces courbes énigmatiques !

*Retour sur vos intuitions de départ et... mesure des écarts.*

### Le compte de résultat

- La logique de comparaison entre les produits et les charges
- Les soldes intermédiaires de gestion
- Attention à quelques pièges d'interprétation
- Êtes-vous sûr de ne pas confondre bilan et compte de résultat : dernière vérification !
- Maintenant que tout est bien classé, vous pouvez tirer le meilleur parti des ratios.

### Les grandes familles de ratios

- Ratios de solvabilité, de liquidités, de structure, de performance

### Le tableau des flux de trésorerie

- Juste une initiation pour ne pas vous embrouiller.
- Lecture de document et décryptage de la stratégie.

### Une étude de cas "standard"

### Votre étude de cas

### Conclusion

- Les bonnes pratiques de l'analyse financière pour les non initiés

2022

Paris

21-22 mars

19-20 septembre

1450 € HT

2J

# Contrôle de gestion et analyse des coûts Achat



## OBJECTIFS

- Comprendre les problématiques du contrôle de gestion moderne
- Connaître les concepts, la terminologie, les instruments
- Acquérir une méthode et de la confiance pour une mise en application immédiate
- Être en mesure d'établir un diagnostic des coûts liés à l'activité de l'entreprise



## PUBLIC

- Acheteurs, responsables Achat
- Contrôleurs de gestion
- Dirigeants de PME/PMI



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques, méthodologiques
- Exercices d'applications



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Principes de bases de la comptabilité de gestion

- Champs d'application
- Objectifs
- Les différents modèles
- Les différents leviers identifiés
- Contexte d'utilisation
- Principes du contrôle des charges
- Les différents types de charges
- Méthodes de répartition des charges
- Clé de répartition
- Méthode de l'imputation rationnelle

### Les différents types de coûts

- Typologie des coûts
- Les coûts variables
- Les coûts fixes
- Les coûts spécifiques
- Les coûts complets
- Le seuil de rentabilité
- Les coûts pertinents
- Le coût marginal
- Le raisonnement marginal
- Les coûts d'opportunités
- Les coûts objectifs ou cibles (Target costing)
- Les critères de décisions des investissements
- Le cas des achats à terme
- Vers la méthode du coût global (TCO)

2022

Paris	24-25 janvier 12-13 octobre
Lyon	26-27 janvier
Toulouse	6-7 janvier
Douai	27-28 janvier
Bordeaux	20-21 janvier
St Nazaire	6-7 janvier

1450 € HT

2J

# Analyse financière et diagnostic fournisseur



## OBJECTIFS

- Connaître les concepts, la terminologie et les instruments utilisés dans le cadre de la gestion économique et financière de l'entreprise
- Être en mesure d'établir un diagnostic économique et financier de l'activité de l'entreprise



## PUBLIC

- Dirigeants de PME/PMI
- Responsables Achat
- Contrôleurs de gestion



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### INTRODUCTION

Maîtrise du risque financier et situation de dépendance

Analyse du bilan et négociation fournisseurs

### 1. IMPLICATIONS DU STATUT JURIDIQUE DE L'ENTREPRISE

Entreprises et sociétés commerciales

- Entreprise et sociétés de personnes
- Sociétés de capitaux et assimilées
- Sociétés civiles à caractère commercial

Sociétés d'exercice libéral

- Sociétés civiles à caractère non commercial
- Sociétés d'exercice libéral

Statuts particuliers

- Sociétés coopératives
- Associations loi 1901

Obligations communes

- Obligations comptables
- Obligations déclaratives

### 2. LE BILAN

Emplois et ressources durables : le fonds de roulement

- Immobilisations et amortissements
  - Immobilisation incorporelle
  - Immobilisation corporelle
  - Immobilisation financière
  - Amortissements et provisions
- Capitaux propres et capitaux permanents
  - Capital social
  - Traitements du résultat non distribué : Réserves et report à nouveau
  - Dettes à moyens et longs termes
  - Compte-courant d'associés subvention d'exploitation et provisions pour risques
  - Retraitements des comptes : éléments incorporels et hors bilan
  - Immobilisation incorporelle
  - Résultat en instance d'affectation
  - Intégration des engagements hors bilan
- Financement du fonds de roulement : Analyse et ratios
  - Détermination du fonds de roulement
  - Structure du financement du fonds de roulement

- Incidence des financements en crédit-bail ou location
- Analyse par les ratios

### Cycle d'exploitation : Le besoin en fonds de roulement

- Stocks
  - Stocks et avancement de la production
  - Règles comptables d'évaluation
  - Risques et dépréciation
  - Pertinence du niveau
- Créances à court terme : nature et intégration des engagements hors bilan
  - Créances d'exploitation et risque de non-paiement
  - Effets escomptés non échus
  - Affacturage et autres créances
  - Comptes de régularisation
- Dettes à court terme liées à l'exploitation
  - Dettes d'exploitation
  - Dettes fiscales et sociales
  - Comptes de régularisation.
- Limites de l'analyse par la méthode des ratios
  - Comparaisons entre entreprises.
  - Comparaisons dans le temps
  - Les "trucs" pour améliorer les ratios

### La trésorerie nette

- Disponibilité et dettes financières à court terme
- Analyse de la structure de la trésorerie : le tableau des flux

### 3. LE COMPTE DE RÉSULTAT : LES SOLDES INTERMÉDIAIRES DE GESTION

#### Analyse de la rentabilité de l'outil industriel

- Production de l'exercice
- Marge commerciale
- Valeur ajoutée
- Excédent Brut d'Exploitation
- Résultat d'exploitation

#### Impact de la structure financière sur la performance

- Produits financiers
- Charges financières

### Résultat courant avant Impôt

#### Élément non récurrent du résultat

- Charges et produits exceptionnels
- Participation des salariés
- Impôts sur les sociétés

#### Calcul de la capacité d'autofinancement

	2022
Paris	12-13-14 janvier 19-20-21 sept
Lyon	12-13-14 janvier
Toulouse	14-15-16 déc
Douai	19-20-21 janvier
Bordeaux	5-6-7 janvier
St Nazaire	14-15-16 déc

1800 € HT

3J

# Méthode de décomposition des coûts / TCO



## OBJECTIFS

- Comprendre les problématiques d'analyse et décomposition des coûts
- Appréhender les utilisations de l'analyse de structure de coûts d'un produit ou d'un service par les achats
- Concevoir et utiliser les outils de décomposition des coûts Achat
- Appliquer les méthodes de calcul des coûts achats et utiliser les outils de réduction des coûts

## PUBLIC

- Responsables Achat, Acheteurs
- Contrôleur de gestion
- Dirigeant de PME/PMI

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques
- Études de cas et exercices d'applications

## PRÉREQUIS

- Contrôle de gestion et analyse des coûts achats

## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### PARTIE 1 : PROCESSUS D'ANALYSE ET DE DÉCOMPOSITION DES COÛTS FOURNISSEURS

#### Identifier les leviers de coûts fournisseurs

- Éléments de décomposition
- Coûts fixes / Coûts variables
- Coûts directs / Coûts indirects

#### Mesurer les impacts économiques

- Courbes de production
- Impact volume / Impact coûts-prix
- Impact changement de spécifications

#### Élaborer des modèles de coûts fournisseurs

- Sources d'informations / Méthode évaluation économique
- Utilisation informations publiques / Méthode estimation poste par poste / Demandes informations fournisseurs (RFI)
- Méthode de décomposition complète

#### Analyser le processus de décomposition des coûts

- Analyse marché fournisseur
- Structure du marché et des coûts
- Analyse de nos besoins
- Application des leviers de coûts
- Construire un modèle de coûts

#### Rechercher les solutions de réduction des coûts

- Sur le levier courbe des coûts de production
- Sur le levier volume
- Sur le levier coûts-prix
- Sur le levier changement spécifications

### PARTIE 2 : MÉTHODES DE CALCUL DES COÛTS FOURNISSEURS

#### Introduction

- Les différents types d'analyse de coûts
- Le processus d'analyse des coûts

#### Application des règles de calcul des coûts MP + MO

- Calcul des coûts matières
- Des coûts main-d'œuvre

2022

Paris	17-18 janvier 22-23 septembre
Lyon	23-24 février
Toulouse	17-18 février
Douai	24-25 février
Bordeaux	3-4 mars
St Nazaire	3-4 février

1450 € HT

2J

# LES OUTILS ET BONNES PRATIQUES DES ACHETEURS

Lean pour les acheteurs .....	64
Acheteur Projet .....	65
Professional purchasing english (Anglais professionnel des achats) .....	66
Excel® pour acheteurs .....	67
Make or buy .....	 68
Bonnes pratiques des achats hors production .....	 69



# Lean pour les acheteurs



## OBJECTIFS

- Acquérir les boîtes à outils du Lean manufacturing et du 6 sigmas adaptées aux acheteurs
- Savoir pourquoi et comment ils sont utilisés



## PUBLIC

- Tous les acheteurs



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques
- Échanges d'expériences, étude de cas



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Introduction

- Pourquoi ces outils ont-ils un tel succès dans l'industrie au point d'être indispensables aujourd'hui ?

### PARTIE I : LES 4 AXIOMES DU 6 SIGMAS

#### De la variabilité

- Variance, Ecart-type, mode
- 3 notions sur les tolérances

#### Des liens de cause à effet

- Ishikawa au quotidien
- Une version moins connue, mais tout aussi féconde du diagramme en arête de poisson

#### Loi de priorisation

- Pareto bien sûr
- Mais aussi le Dr JURAN avec la queue de la comète !

#### Du contrôle de processus

- Les indicateurs de processus
- Les indicateurs de résultats

Ces 4 axiomes appliqués au processus achats. Travail par atelier

### PARTIE II : LES 3 MOTS-CLÉS DU LEAN MANUFACTURING

- Jidoka
- Muda
- Kaizen
- Ces 3 mots-clés appliqués au processus achats. Travail par atelier

### PARTIE III : ATELIERS PRATIQUES ADAPTÉS À LA FONCTION ACHAT

- CQCOQP
- SMED
- Ishikawa
- Le 5M (+1 comme... Money)
- Le rapport 8D
- Le "gemba walk"
- Les indicateurs de processus
- Le 5S

### CONCLUSION

- Utilisation des matrices de priorisation pour que chacun puisse se fabriquer sa propre fiche d'amélioration continue
- Méthodologie du rapport "8D"

2022

Paris

11-12 avril

9-10 novembre

1450 € HT

2J

# Acheteur Projet



## OBJECTIFS

- Comprendre le fonctionnement en mode projet et la place des achats dans les projets
- Acquérir des outils et des pratiques de gestion de projet
- Faire un benchmark des pratiques
- Découvrir la gestion de grands projets (enjeux, stratégies, organisations)



## PUBLIC

- Tout public Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Échanges d'expériences
- Mise en application par les apprenants



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Les fondamentaux de la gestion de projet

- Définition du projet
- Les étapes d'un projet
- Gestion du temps et des ressources

### Rôle et responsabilité des achats

- Vision extérieure globale
- Vision de l'acheteur
- Le dilemme de projet
- La gestion des risques

### Accompagner le changement

- Peurs personnelles et rigidités relationnelles
- Comportement de leader de projet
- Accompagner le changement
- Plan de communication

### Les outils de la gestion de projet

- Schéma heuristique
- Animer efficacement une réunion
- Techniques de questionnement

### Exemple de gestion de projet

- Initialisation
- Préparation
- Planification
- Pilotage
- Bilan

2022

Paris

2-3 juin

14-15 novembre

1450 € HT

2J



### OBJECTIFS

- Maîtriser les vocabulaires et tournures spécifiques à l'achat
- Communiquer simplement en langage technique et professionnel
- Régler les dossiers courants d'achats internationaux
- Connaître les sources d'information Achat en anglais

### PROGRAMME

#### Fondamentaux des Achats et de la Supply Chain

- Comprendre les enjeux des Achats et de la Supply Chain : les achats comme centre de profit
- Expliquer sa politique et ses stratégies d'achat
- Make or Buy, SRM
- Évolutions et challenges dans les achats
- Présenter son organisation achats

#### Maîtriser en anglais les étapes du processus Achat

- Cahier des charges (RFR)
- Outils E-sourcing
  - Présélectionner les fournisseurs (RFI)
  - Consultations des fournisseurs et appels d'offres (RFQ et RFP)
  - Analyser les offres fournisseurs
- Demandes achats et commandes : E-Procurement
- Les flux d'information internes et externes aux achats
- Bonnes pratiques achats (do's and dont's)

#### S'appropriier les aspects contractuels et administratifs en anglais

- Clauses et critères de sélection des fournisseurs : prix, délais, qualité, approvisionnement, transport, risques et innovation
- Maîtriser les conditions générales d'achat - CGA (Anglais-Français)
- Circuit demandes achats - paiement : Procure to Pay (P2P)
- Bonnes pratiques achats de gestion de contrats (do's and dont's)

#### Mise à disposition des ressources Achat en Anglais

- Vocabulaire professionnel achat et Supply Chain : mise à disposition de glossaires Français-Anglais et Anglais-Anglais
- Sites internet institutionnels et corporate de référence avec outils achats Français-Anglais : modèles de contrats, manuels achats
- Manuels achats d'entreprises Anglais-Français (Handbooks)



### PUBLIC

- Acheteurs assurant des opérations inter-sites et/ou intra-groupes
- Tous les opérateurs Achat évoluant dans un environnement international



### MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques
- Échanges en anglais
- Cas d'études en anglais



### PRÉREQUIS

- Anglais opérationnel

2022

Paris

18-19 mai

14-15 novembre

1450 € HT

2J

# Excel® pour acheteurs



## OBJECTIFS

- Comparer les offres fournisseurs
- Établir des budgets
- Réaliser un savings-tracker (tableau de suivi des gains)
- Réaliser un tableau de bord
- Les formules de révisions de prix



## PUBLIC

- Tout public Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques, méthodologiques
- Exercices d'applications
- Étude de cas pratiques des participants



## PRÉREQUIS

- Connaissances basiques d'Excel®

## PROGRAMME

### Méthodologie

- Fonctionnement en mode processus
- Fonctionnement en mode dynamique
- Mise en forme
- Utilisation des filtres automatiques
- Mise en application avec un fichier "bac à sable"

### Comparaison des offres fournisseurs

- Les fonctions recherches : RECHERCHEV, RECHERCHEH
- Les fonctions conditionnelles : SOMME.SI, NB.SI, SI
- La mise en forme conditionnelle
- Tableaux croisés dynamiques : mise en place, regroupement des informations, filtres
- Mise en application avec un fichier "bac à sable"

### Établir un budget & réaliser un savings-tracker

- Gestion des connexions entre plusieurs onglets
- Nettoyage de base de données (Extractions ERP) : fonctions : ESTNA, ESTVIDE, ESTERREUR
- Mise en application avec un fichier "bac à sable"

### Réaliser un tableau de bord

- Fonctions dates : DATE, JOUR, MOIS
- Manipuler du texte : STXT, DROITE, GAUCHE
- Mise en application avec un fichier "bac à sable"

### Les formules de révisions de prix

- Tableau à plusieurs hypothèses
- Mise en application avec un fichier "bac à sable"

2022

Paris

7-8 mars

11-12 octobre

1100 € HT

2J

# Make or Buy ?



## OBJECTIFS

- Mener une analyse stratégique de Make or Buy
- Appréhender et maîtriser l'ensemble des composants du rôle de l'acheteur tout au long du processus de Make or Buy et, le cas échéant, du processus d'externalisation



## PUBLIC

- Dirigeants
- Managers et Acheteurs
- Responsables de projets d'externalisation
- Responsables et animateurs de contrat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Travaux de groupes et exercices d'application
- Études de cas
- Bibliographie et liens utiles



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Introduction

- Importance et actualité de la thématique
- Dimensions de la démarche
- Champ d'application - Fonctions et activités externalisables

### La décision de "Make or Buy"

- Fondements, logiques et objectifs visés prévalant à la décision
- Processus de décision "Make or Buy"
- Étude de "Make or Buy"
  - objet, étapes et livrables
  - approche en coût complet
  - outils d'aide à la décision

### Choix et modes de coopération dans une approche "Buy"

- Acquisition
- Alliance stratégique / Partenariat
- Sous-traitance, co-traitance et externalisation
- Achat du produit fini

### Sous-traitance et externalisation

- Définitions
- Spécificité de la sous-traitance et de l'externalisation
- Les différents types de sous-traitance
- Dimensions financière, industrielle, économique, sociale de l'opération d'externalisation
- Responsabilité sociétale de l'entreprise vis-à-vis de ses sous-traitants
- Processus d'externalisation

### Le contrat de sous-traitance

- Règles applicables à la formation du contrat
- Obligations et équilibre des relations donneur d'ordre et sous-traitant
- Éléments et clauses clés
- Formation et vie - Suspension et sortie d'un contrat de sous-traitance
- Identification et maîtrise des risques juridiques

### Management des Opérations Achat du processus d'Externalisation

- Pilotage du sourcing
- Pilotage des prestations externalisées, de la formation du contrat à son exécution
- Pilotage de la relation et de la performance Fournisseur
- Focus sur les volets : qualité Fournisseur et amélioration continue
- Recommandations et bonnes pratiques

2022

Paris

27-28 juin

1450 € HT

2J

# Bonnes pratiques des Achats hors production



## OBJECTIFS

- Définir et déployer des stratégies adaptées
- Rechercher des gisements d'économies



## PUBLIC

- Toute personne gérant des achats hors production



## PRÉREQUIS

- Aucun



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés
- Ateliers en sous-groupes
- Mise en application

## PROGRAMME

### Le périmètre et la cartographie des achats dits hors production

- Les familles de produits ou de services concernées
- Les clients internes impliqués

### Définir des objectifs d'optimisation

- Réduction du nombre de fournisseurs, de commandes
- La délégation de l'acte d'achat
- Définir les objectifs et savoir les communiquer

### Stratégie Achat par famille

- Définition et mise en œuvre de stratégies Achat
  - voyages d'affaires
  - fournitures de bureau, consommables informatiques...
  - location courte durée, longue durée
  - matériel informatique
  - petit matériel de maintenance
  - ...
- Bonnes pratiques
  - centrales d'achats
  - catalogues fournisseurs, e-catalogues
  - purchasing card
  - e-procurement...

### Suivi des contrats et évaluation des fournisseurs

- Principes généraux
- Ratios clés
- Communication
- Plan de progrès

### Mesure de la performance

- Tableau de bord calcul des gains directs et indirects
- Fréquence des mesures

2022

Paris dates sur demande

1450 € HT

2J



# LA SUPPLY CHAIN ET LES APPROVISIONNEMENTS

Fondamentaux de la de la Supply Chain.....	72
Optimisation de la Supply Chain .....	73
Optimisation des approvisionnements .....	74
Incoterms® 2020 .....	75
Douane et commerce international.....	76
Réduisez l'impact douanier de vos sourcings.....	77



# Fondamentaux de la Supply Chain



## OBJECTIFS

- Comprendre les principaux processus composant la chaîne logistique
- Intégrer les fournisseurs et les clients dans la chaîne logistique
- Savoir choisir une politique de gestion des approvisionnements



## PUBLIC

- Tous les opérateurs Achat en relation avec les fournisseurs



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques
- Échanges d'expériences
- Étude de cas



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### Introduction

- L'entreprise agile

### Planifier

- Identifier
  - typologie des flux
  - arborescences et nomenclatures d'articles
- Prévoir
  - organisation de la prévision et système d'information
  - méthodes quantitatives / qualitatives / collaboratives
  - segmentation des flux récurrents et aléatoires
- Anticiper
  - création et suivi du tableau de bord
  - stock de consignation

### Approvisionner et distribuer

- Coûts d'acquisition et de possession
  - acheminement des produits
  - possession des produits
  - optimisation des coûts du processus
- Stratégies d'approvisionnements
  - performance de l'approvisionnement : Kanban et E-outils
  - approvisionnements stratégiques et critiques : l'entreprise étendue
- Dimensionner le stock
  - formule de Wilson et constitution des lots d'approvisionnement
  - flux tendus et gestion de stock
  - segmentation et gestion du stock
  - alertes et stocks de sécurité

### Produire

- Calcul du besoin et ordonnancement
  - calcul de besoin / plan de charge

- gammes opératoires/temps productifs
- outils de la planification : GANTT, PERT...

- Mesure de la performance
  - le taux de rendement synthétique
  - actions correctives
- Lean management
  - amélioration continue
  - méthodes liées à l'outil
  - méthodes liées à l'organisation

### Retours et fin de cycles

- Identifier et qualifier les flux
  - définition des processus
  - identification et affectation du produit
- Les stratégies de retours et fin de cycle
  - retour et responsabilité juridique
  - circuit interne ou externalisation des fins de cycle
  - mesure de performance et revalorisation
- Leviers aux achats
  - fin de cycle et conception du produit
  - problématique des emballages
  - gestion par le vendeur

### Conclusion : schéma directeur logistique

2022

Paris	23-24-25 mars
Lyon	9-10-11 mars
Toulouse	2-3-4 mars
Douai	18-19-20 mai
Bordeaux	13-14-15 avril
St Nazaire	2-3-4 mars

1800 € HT

3J

# Optimisation de la Supply Chain



## OBJECTIFS

Définir les circuits et supports d'informations pour :

- Garantir la performance opérationnelle et économique des flux physiques
- Limiter le besoin en fonds de roulement



## PUBLIC

- Acheteurs
- Cadres logistiques



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques
- Échanges d'expériences
- Étude de cas



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### DÉFINIR LES CIRCUITS ET SUPPORTS D'INFORMATION

Quelle est la stratégie de l'entreprise ?

- Rappel sur la chaîne de valeur
- Quelles promesses pour quels clients ?

Quels en sont les coûts et valeurs ajoutées de la chaîne logistique ?

- Stratégie des opérations
- Réduire le coût de passation de commandes
- Modalités et circuits de distribution
- Quel plan de transport ?
- Mesurer la performance des sourcings

### LIMITER LE BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT

L'entreprise étendue

- Concept et définition du processus
- Flux synchrones et tendus

Gestion collaborative des approvisionnements

- Gestion du ratio d'incertitude.
- Organisation et mise en œuvre

### ATELIER SUR LA CONSTRUCTION DU SCHÉMA DIRECTEUR LOGISTIQUE

### GARANTIR LA PERFORMANCE OPÉRATIONNELLE ET ÉCONOMIQUE DES FLUX PHYSIQUES

Fluidifier la chaîne logistique

- Prévoir et anticiper: L'entreprise agile
- Planifier: l'organisation de la production
- Piloter les flux par les Incoterms 2020

Sécuriser la chaîne logistique

- Gérer les risques
- Mesurer et tracer la performance

2022

Paris

11-12 avril

17-18 octobre

1450 € HT

2J

# Optimisation des approvisionnements



## OBJECTIFS

- Connaître et mettre en œuvre les outils d'optimisation
- Intégrer la démarche "zéro stock"
- Identifier les évolutions du processus approvisionnement



## PUBLIC

- Acheteurs
- Approvisionneurs



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques
- Échanges d'expériences
- Étude de cas



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

- Rappel sur les stocks
- Dimensionnement et suivi des stocks
- Stratégie des opérations, typologies de flux

### LA DÉMARCHE "ZÉRO STOCK"

#### L'entreprise étendue

- Concept et définition du processus
- Flux synchrones et tendus
- Gestion collaborative des appros

#### Les outils de la démarche

- Application de la méthode Kanban
- Suivi et traçage : La blockchain

#### Modalités et circuits des flux

- Différenciation tardive
- Crossdocking
- Fabrication À la Demande (ODM)
- Achat de prestations logistiques, points de vigilance

#### Gérer les risques

- Segmentation des flux
- Les procédures dégradées
- Appel d'offres : les bonnes pratiques

#### Mesurer et tracer la performance

- L'indicateur OTIF

### MAÎTRISER LES COÛTS D'APPROVISIONNEMENT

Réduire le coût de passation de commandes

#### Quel plan de transport ?

- Performance des différents modes de transport

- Différents types de flux
- Gestion du dernier kilomètre et retours de marchandises
- Statuts juridiques des prestataires et conventions de transport
- Achats de transports, points de vigilance

### FLUIDIFIER LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Prévoir et anticiper : l'entreprise agile

- Entreprise agile ou rigide ?
- Méthodes quantitatives, qualitatives et collaboratives de prévision

Planifier : organisation de la production

- Plan directeur de production
- Plan de charge
- Besoin net

Piloter les flux par les Incoterms® 2020

- Pilotage des délais Incoterms® en E/F
- Absence de pilotage du risque Incoterms® en D
- Cas particulier des Incoterms® en C
- Incoterms® maritimes et fluviaux pour le vrac et les marchandises non conteneurisées

### ATELIER SUR LA CONSTRUCTION DU SCHÉMA DIRECTEUR DES APPROVISIONNEMENTS

2022

Paris

7-8 avril

20-21 octobre

1450 € HT

2J

# Incoterms® 2020



## OBJECTIFS

- Identifier les composants des Incoterms® et les intégrer dans les opérations logistiques
- Utiliser les Incoterms® comme moyen d'optimisation des coûts de transport et de limitation du risque commercial



## PUBLIC

- Responsables logistiques, Achat, commercial, import-export, transport
- Approvisionneurs, Administrateurs achats ou ventes, commerciaux



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Cas pratique
- Apports théoriques et méthodologiques
- Application des Incoterms® 2010



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Rôle des règles Incoterms®

- Origines des règles Incoterms® depuis 1936  
Graphie obligatoire : Incoterms® 2010
- Valeur juridique contractuelle : Loi des commerçants mondiaux
- 10 problèmes réglés par les règles Incoterms®
- Règlent les rapports des vendeurs/acheteurs
- Problèmes essentiels non réglés par les Incoterms®
- Les règles Incoterms en interface avec les flux physiques (contrats de transports) et les flux financiers (contrat de vente, L/C, contrats d'assurance facultés pour CIF et CIP)
- Incoterms® compatibles avec la L/C et la SBLC

### Droits et obligations des parties

- Objectifs de la révision des règles Incoterms® 2010
- Analyse des 10 obligations des parties : "jeu de miroir"
- Conséquences sur la chaîne logistique internationale (SCM)
- Impact sur les aspects fiscaux (fait générateur de TVA), douaniers (valeur en douane) et comptables (revenue recognition)
- Statut d'OEA et options préférentielles des règles Incoterms® par le vendeur ou l'acheteur pour sécuriser la chaîne logistique

### Les Incoterms® multimodaux

- Périmètre
- Incoterms® en "E", "F" et "C" : vente départ
- Incoterms® en "D" : vente à l'arrivée
- Incoterms® en D et importance du non-respect de la forclusion par l'acheteur/destinataire

### Les Incoterms® maritimes et fluviaux

- Périmètre
- Incoterms® en "F"
- Incoterms® en "C" et "D"
- Influence des liner et berth terms sur les Incoterms® maritimes

### Exercices pratiques

- Règles de rédaction
- Répartition des coûts
- Transfert de risques

2022

Paris

10 juin

16 novembre

1100 € HT

1J

# Douane et commerce international



## OBJECTIFS

- Maîtriser les achats et la logistique à l'international



## PUBLIC

- Acheteurs internationaux
- Responsables logistique
- Commerciaux import-export



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Douane et commerce international

- Organisation mondiale de la douane
- Douane et UE / Les intervenants
- L'opérateur économique agréé

### Les différents espaces douaniers

- Unions douanières
- Zones de libre-échange
- Régimes préférentiels
- Clause de la nation la plus favorisée

### Les opérations en douane

- Origine et cumuls d'origines
- Valeur en douane / Espèce tarifaire

### Les échanges extra-communautaires

- Déclaration préalable
- ICS / ECS
- Régimes de transit
- Opérations triangulaires

### Les régimes douaniers économiques

- Perfectionnement actif / Transformation sous douane
- Perfectionnement passif
- Régimes suspensifs

### Où et quand dédouaner ?

- Mise en libre pratique / mise à la consommation
- Régime économique de l'entrepôt douanier
- Paiements des droits et taxes

### Les échanges intra-communautaires

- Règles d'échanges des biens et services
- Rappel sur la TVA
- Les échanges de biens / les échanges de services
- Régimes particuliers

### Le contentieux douanier

- Les contrôles douaniers
- La charge de la preuve
- La transaction

### Douane et stratégies de sourcing

- Stratégie de sourcing
- Incoterms® 2020
- Crédit Documentaire

2022

Paris

18-19 mai

14-15 novembre

1450 € HT

2J

# Réduisez l'impact douanier de vos sourcings



## OBJECTIFS

- Connaître des bonnes pratiques de dédouanement
- Maîtriser les droits de douane



## PUBLIC

- Acheteurs internationaux



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés
- Cas pratiques



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

Opérations de dédouanement  
Faire ou faire faire : les bonnes pratiques

- Faire : le statut d'opérateur économique agréé
  - obtention du statut
  - avantages / inconvénient
- Faire faire : le commissionnaire ou agent agréé en douane
  - prestation limitée à une obligation de moyens : le faux commissionnaire, avantage / inconvénient)
  - leviers de réduction des coûts : choix du lieu de dédouanement, négocier la prestation (les bonnes pratiques)

Différer ou suspendre les droits : les régimes douaniers économiques

- Perfectionnements et transformation sous douane
- Les zones franches.
- Mise en libre pratique
- Entrepôt sous douane
- Importation temporaire

Réduire ou supprimer les droits de douane : les origines préférentielles

- L'origine préférentielle, un bonus achat (origines préférentielles et cumuls d'origines)
- Emballages réutilisables : un statut douanier spécifique
- L'origine préférentielle, un avantage commercial
  - cumul des origines préférentielles
  - registre des exportateurs / exportateur agréé
  - opérations triangulaires

2022

Paris

24 juin

5 décembre

1100 € HT

1J



# LES ACHATS DIGITAUX

Intelligence économique .....	80
Système d'information et efficence de la fonction Achat .....	81
Achat de prestations informatiques .....	82



# Intelligence économique



## OBJECTIFS

- Étudier les marchés internationaux et analyser la typologie des fournisseurs
- Organiser une veille technologique, commerciale et réglementaire sur le marché de son portefeuille en France et à l'étranger



## PUBLIC

- Acheteurs
- Manager Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Études de cas avec restitution et discussion
- Apports théoriques et méthodologiques



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

Les marchés internationaux : les différenciants entre marché interne et international

- Contexte géopolitique
  - internationalisation / mondialisation / globalisation
  - les principaux rapports de force : Impact sur les marchés
  - spécialisation géographique des productions : quelle pertinence ?
- Disparités économiques
- Le village planétaire
- Quelle pérennité pour les pays à bas coûts ?
- Intelligence artificielle et relocalisation
- Organisation mondiale du commerce
  - l'OMC
  - les principaux conflits commerciaux
  - libre-échange vs protectionnisme

La segmentation Kraljic appliquée aux sourcings internationaux (atelier de groupe)

- Rappel sur la méthode
- Mise en œuvre pratique sur un marché fil rouge
- Atelier : classification du marché

S'informer sur le fonctionnement des marchés internationaux (atelier de groupe)

- Sources d'informations
- Mise en œuvre de l'outil PESTEL sur un marché fil rouge
- Atelier : caractérisation du marché et opportunités géographiques de sourcing
- Débriefing de l'atelier PESTEL

Caractériser la structure du marché

- Rappel sur les 5 forces de Porter
- Mise en œuvre de l'outil sur le marché fil rouge
- Atelier : étude du marché et diagnostic (SWOT / AFOM)
- Débriefing de l'atelier Porter

Synthèse :

Identification d'un fournisseur cible

- Analyse économique du fournisseur cible
- Atelier : présentation et justification du choix

2022

Paris

19-20-21 septembre

1800 € HT

3J

# Systeme d'information et efficience de la fonction Achat



## OBJECTIFS

- Acquérir une vision globale des SI Achat et de leurs apports dans les processus et la performance achats
- Comprendre les enjeux métiers, limites et points clés de mise en œuvre des solutions de spend analysis, SRM, eSourcing, eProcurement et eInvoicing



## PUBLIC

- Directeurs et responsables Achat, approvisionnement,
- Directeurs et responsables financiers
- Responsables performance, méthodes et outils achats, des études, AMOA, chefs de projet SI



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques
- Ateliers en groupe et exercices d'application individuels
- Échanges d'expérience



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Introduction aux outils pour la fonction Achat

- Définition et évolution des systèmes d'information
- Composantes d'un SI Achat
- Typologie des acteurs du marché
- Quelques concepts (cloud, SaaS...)
- Approche méthodologique pour établir un business case et retours d'expériences

### Spend analysis

- Enjeux métiers du Spend analysis
- Principaux composants d'une solution de Spend analysis
- Processus de classification et points clés métiers
- État de l'art du marché des acteurs
- Cadrage et points clés de mise en œuvre d'un projet de Spend analysis
- Retours d'expériences

### Supplier Relationship Management

- Enjeux métiers du SRM
- Principaux composants d'une solution de SRM
- Processus et points clés métiers
- État de l'art du marché des acteurs
- Cadrage et points clés d'un projet de mise en œuvre d'un projet SRM
- Retours d'expériences

### eSourcing

- Enjeux métiers de l'eSourcing
- Principaux composants d'une solution d'eSourcing

- Processus et points clés métiers
- État de l'art du marché des acteurs
- Cadrage et points clés de mise en œuvre d'un projet d'eSourcing
- Retours d'expériences

### eProcurement

- Enjeux métiers de l'eProcurement, son périmètre d'utilisation et ses limites
- Principaux composants des solutions
- Différents modèles d'intégration selon le contexte de l'entreprise
- Processus et points clés métiers
- État de l'art du marché des acteurs
- Cadrage et points clés de mise en œuvre d'un projet d'eProcurement
- Retours d'expériences

### eInvoicing

- Enjeux de l'eInvoicing
- Principaux composants d'une solution d'eInvoicing
- Processus et points clés métiers
- État de l'art du marché des acteurs
- Cadrage et points clés de mise en œuvre d'un projet d'eInvoicing
- Retours d'expériences

### Conclusion

2022

Paris

27-28 juin

24-25 novembre

1600 € HT

2J



## OBJECTIFS

- Être capable de conduire les achats informatiques du groupe en ayant une bonne compréhension des pratiques de cette catégorie d'achat



## PUBLIC

- Acheteur informatique
- Directeurs Achat
- Directeurs des services généraux
- Directeurs des SI
- Toute personne souhaitant comprendre l'activité d'IT



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés
- Ateliers en sous-groupes
- Étude de cas
- Exemples récents d'entreprises



## PRÉREQUIS

- Profession acheteur
- Compléter la fiche de recueil des attentes

## PROGRAMME

### Introduction

- Définition & caractéristiques des achats de prestations
- Le Syntec
- Les différents modes de rémunération

### Les marchés fournisseurs

- État du marché des prestations IT pour 2019
- Les 3 grandes structures types
- Le fonctionnement du marché fournisseur
- Les centres de services

### Achats de licences informatiques

- Les différents types de licences
- Dépôt des codes sources
- Le Mode SaaS
- La propriété intellectuelle appliquée aux logiciels
- Audit de licences

## LE PROCESSUS ACHAT DE PRESTATIONS INFORMATIQUES

### Le cahier des charges

- Définir et exprimer son besoin
- Les questions à se poser
- Cahier des charges fonctionnel / cahier des charges technique
- Éléments à préciser

### Optimiser la qualité de la prestation

- Améliorer la qualité de la prestation
- Garantir le niveau de service
- Les niveaux de services

### Les différents systèmes tarifaires

- Connaître le « cost model »
- Éviter des dépenses non budgétées
- Évaluer le taux journalier
- Mode révision des prix

### Le management de la prestation

- Spécificités des achats PI
- Adapter son mode de management
- Démarche de suivi

### Achats de prestations informatiques

- Dépouiller les AO
- Analyser les critères de sélection, d'attribution

### Achats de licences informatiques

- Les différents types de licences
- Dépôt des codes sources
- Le Mode SaaS
- La propriété intellectuelle appliquée aux logiciels
- Audit de licences

### Les contrats de prestations informatiques

- Les caractéristiques du contrat de prestations informatiques
- Les principales clauses à ne pas oublier
- Les recommandations et services à mettre en avant
- Focus délit de marchandage, protection intellectuelle, RGPD, travail illégal...

2021

Paris

13-14 juin

24-25 novembre

1450 € HT

2J

# SOFT SKILLS

Communication de l'acheteur .....		84
Maîtriser sa prise de parole en public .....		85
Trouver son leadership et mener le changement .....		86
Process com.....		87
Acheteurs, vendez votre fonction .....		88





## OBJECTIFS

- Découvrir les mécanismes et les différents modes de communication
- Permettre aux participants d'aborder les bases de la communication en milieu professionnel
- Définir et comprendre l'enjeu du Leadership et identifier les qualités nécessaires au Leadership
- Se positionner adroitement face à son interlocuteur



## PUBLIC

- Acheteurs familles
- Responsables Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Concepts, apports théoriques
- Application



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Acheteur Leader

## PROGRAMME

### La communication

- Principes et obstacles à la communication
- Les clés d'une bonne communication
- La boîte à outils du communicateur

### La théorie de la communication

- Le comportement des individus
- Les facteurs du comportement
- La dynamique

### Les différents types de communication

- Les notions
- La communication interpersonnelle
- La communication des organisations

### Les théories de l'information et des organisations

- L'information et les concepts associés
- La recherche d'information
- Les organisations
- L'organisation des activités individuelles

### Le leadership

- La réalité humaine de l'entreprise
- Les théories managériales
- Les qualités d'un bon leader
- Développer le leadership

### La gestion du temps

- Pourquoi gérer le temps ?
- Comment gérer le temps ?
- L'organisation du temps
- Le suivi et le contrôle des résultats
- Quels outils, quelles techniques pour améliorer la gestion du temps ?

### Les dimensions culturelles

- Définitions
- Les facteurs d'influences
- Exemples par pays

2022

Paris	31 mars-1 <sup>er</sup> avril 4-5 avril
Lyon	24-25 mars
Toulouse	17-18 mars
Douai	24-25 mars
Bordeaux	31 mars-1 <sup>er</sup> avril
St Nazaire	17-18 mars

1450 € HT

2J

# Maîtriser sa prise de parole & ses présentations PPT en public



## OBJECTIFS

- Concevoir et utiliser efficacement PowerPoint pour des présentations percutantes et convaincantes
- Maîtriser les techniques de l'expression orale pour prendre confiance en sa communication
- Convaincre et susciter l'adhésion, surmonter son stress et son émotivité
- Identifier les points forts de son image et ceux à améliorer



## PUBLIC

- Tout public



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Mise en situation, exercices pratiques, jeux théâtraux, analyses et feed-back
- Exercices de respiration et de gestion du stress
- Prise de parole sur des documents PowerPoint
- Bilan des points forts et des points faibles à améliorer



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Prendre la parole de manière efficace

- Soigner les moments-clés
- Formuler des objectifs attrayants et atteignables
- Structurer ses interventions et soigner les transitions
- Adapter son message à l'auditoire, au contexte
- Varier les techniques et supports d'animation
- Pratiquer une communication positive
- Maintenir l'attention, intéresser, motiver les participants
- Gérer le temps de la présentation
- Vérifier l'impact des messages transmis
- Faire des visuels un allié et non une contrainte

### Verbal et non verbal

- Principes, attitudes
- Travailler le regard, la posture, la voix
- Utiliser les rythmes, silences et accentuations
- Occuper l'espace

### Préparation physique et préparation mentale

- Se libérer des inhibitions psychologiques et tensions physiques pour être présent
- Maîtriser sa respiration, son rythme cardiaque
- Laisser parler ses émotions
- Développer son charisme

### Gérer les publics et situations difficiles

- Accueillir positivement une réclamation, une objection
- Argumenter de manière ciblée
- Développer ses talents d'improvisation pour gérer les imprévus
- Gérer les interlocuteurs passifs, agressifs, manipulateurs...

### Optimiser ses présentations PowerPoint FOND

- Se poser les questions préalables à la construction du support et à l'animation
- Définir et hiérarchiser le contenu de la présentation à l'aide de cartes mentales
- Mettre en œuvre les techniques PPT pour faciliter la conception

### FORME

- Alléger les diapositives afin de les rendre percutantes pour les participants et efficaces pour l'animateur
- Générer les supports de l'animateur et des participants
- Mettre en œuvre les techniques PPT pour renforcer l'impact des diapositives présentées

2022

Paris

3-4 octobre

1450 € HT

2J



## OBJECTIFS

- Mieux se connaître pour mieux manager
- Développer son assertivité et s'affirmer
- Anticiper et gérer les conflits
- Être reconnu comme un leader
- Conduire le changement



## PUBLIC

- Acheteurs familles
- Responsables Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Entraînements, plans d'action
- Évaluation sur plusieurs simulations et sur étude de cas à rendre



## PRÉREQUIS

- Aucun



## CAPITALISABLE

- ESAP Manager Achat

## PROGRAMME

### Trouver son style de management

- Rôles et missions du manager
- Les différents styles de management : avantages et limites
- Identifier les attentes de l'équipe
- Identifier ses objectifs, ses priorités, les actions managériales à mener
- Comprendre et manager ses collaborateurs : typologie des collaborateurs et adaptation de son management
- Du management au leadership : intégrer le niveau d'autonomie des collaborateurs

### Mener le changement

- Comprendre les représentations et comportements humains face au changement
- Donner du sens au changement pour lever les blocages de l'équipe
- Adapter son management et sa communication pour faciliter le changement
- Connaître la pratique et la psychologie de l'accompagnement au changement et les résistances naturelles
- Utiliser les méthodes et outils d'accompagnement
- Accompagner les collaborateurs dans les différentes étapes du changement

### Gérer les conflits

- Être capable de gérer les conflits si l'on n'a pas su les éviter
- Les prévenir : détecter les signes précurseurs. Déceler les tensions
- Appréhender les différences de perception
- Savoir faire passer des messages clairs et constructifs
- Désamorcer les conflits grâce au DESC et à l'analyse transactionnelle

### Développer son assertivité

- Connaître son style relationnel et son style de management
- Distinguer assertivité, agressivité, manipulation et passivité
- Renforcer l'estime et la confiance en soi
- Dire non de manière assertive
- Gérer les critiques et les conflits

2022

Paris	28-29-30 nov
Lyon	7-8-9 déc
Douai	16-17-18 nov
Bordeaux	16-17-18 nov

1800 € HT

3J



## OBJECTIFS

- Faciliter l'expression des besoins clients en renforçant leur confiance
- Renforcer son pouvoir de conviction vis-à-vis des divers interlocuteurs
- Mieux comprendre ses échecs et ses réussites dans sa mission d'acheteur



## PUBLIC

- Tout acheteur



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Alternance présentation des concepts, exercices, confrontation d'expériences, études de cas basées sur des situations décrites par les participants
- Inventaire De Personnalité (IDP) avant le séminaire permettant à chacun de se situer et de s'approprier les concepts, en référence à sa propre personnalité



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Mieux se connaître dans sa relation aux autres et identifier le profil de ses interlocuteurs

- Les 6 types de personnalité (persévérant, promoteur, rebelle, empathique, rêveur, travailleur) et leur manière spécifique de communiquer
- La structure de personnalité
  - base, phase, ascenseur
  - changement de phase (évolution dans le temps), changement d'étape (adaptation à l'autre)
- Remise à chaque participant de son IDP (Inventaire De Personnalité)
- S'entraîner à l'identification des profils : Identifier les signes, attitudes et comportements révélateurs du type de personnalité de ses interlocuteurs

### Communiquer efficacement avec tous les profils de personnalité

- Identifier sa propre manière d'être en relation, de négocier
- Repérer les profils avec lesquels il est difficile pour soi de communiquer (lesquels, pourquoi...)
- Comprendre la perception du monde de ses interlocuteurs et s'y adapter pour favoriser un climat de confiance
- Utiliser le bon canal pour être mieux entendu et compris par chacun

### Accroître son impact relationnel pour développer son pouvoir d'influence

- Les besoins psychologiques : ce qui motive et dé motive les interlocuteurs, suivant leur profil de personnalité
- Mettre en place une relation porteuse de résultats
  - garder la maîtrise de l'entretien du début à la fin de l'entretien ou de la négociation
  - affiner l'utilisation des techniques Achat pour les adapter à chaque profil
  - faire dire "oui" et obtenir l'accord

### Contre les situations porteuses d'échecs

- Éviter l'escalade : comprendre les 3 degrés de stress, identifier ses différentes manifestations chez nos interlocuteurs
- Les conséquences du stress sur notre efficacité : productivité, communication...

### Établir un contrat de progrès

- Identification des actions pouvant être mises en œuvre par chacun après la formation pour optimiser son efficacité relationnelle dans son métier d'acheteur

Groupe  
de 8 personnes  
maximum

2022

Paris

9-10 mai

1550 € HT

2J

# Acheteurs, vendez votre fonction !



## OBJECTIFS

- Valoriser sa mission d'acheteur pour renforcer sa crédibilité
- Favoriser la collaboration avec les différents acteurs du processus Achats
- Élaborer un plan de communication efficace en interne



## PUBLIC

- Acheteurs confirmés
- Responsables Achat
- Chefs de groupe Achat
- Directeurs Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Jeux / Exercices
- Mises en situations avec débriefings personnalisés
- Réflexions personnelles et échanges de bonnes pratiques



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Pourquoi communiquer sur la fonction Achat ?

- Comprendre les mécanismes de la relation commerciale pour en tirer parti
  - notion de client interne, "penser client"
  - fondamentaux de la relation de service et ses enjeux dans la mission d'acheteur
- Asseoir sa position transversale : mise en relation interne et externe
  - combiner les exigences légitimes des clients du service Achats et les nécessités de la mission d'acheteur
  - favoriser la synergie entre les services et coordonner ses actions avec les différents interlocuteurs
- Concrètement : cartographier les partenaires et leurs besoins et recenser les outils de communication existants

### Sur quoi communiquer pour donner de la visibilité à votre fonction et valoriser votre contribution à la performance de l'entreprise ?

- Les grandes lignes de la politique Achat
- La valeur ajoutée de votre fonction
- Les actions réalisées
- Les succès obtenus
- Les difficultés rencontrées, donc les besoins pour y faire face
- Concrètement : recenser les types de messages et d'informations intéressantes à transmettre

### Comment s'y prendre pour communiquer ?

- Au près de qui communiquer ?
- Identifier les besoins des partenaires

- Déterminer et différencier les objectifs de communication (faire connaître, faire aimer, faire agir)
- Quand communiquer ?
- Connaître et développer son potentiel de communicant
  - identifier ses points forts (comportement, technique, relationnel...)
  - pratiquer les techniques d'une communication efficace dans la relation de service
  - mettre en avant les résultats obtenus et objectifs atteints... sans verser dans l'autosatisfaction
  - construire un argumentaire adapté aux besoins de la cible
  - adapter sa communication aux attentes et modes de fonctionnement de ses interlocuteurs
- Les erreurs à éviter dans la mission "communication"
- Choisir le support de communication pertinent
- Concrètement : exercices, jeux, mises en situation avec débriefing en groupe

### Plans d'action

- Contrat de progrès personnel pour développer ses qualités de communicant
- Démarrage d'un plan de communication Achat

2022

Paris

8-9 mars

10-11 octobre

1400 € HT

2J

# ATELIERS EXPERTS - ACHAT PAR SEGMENT

TOUTES LES EXPERTISES SONT À CDAAF FORMATION

---

Nous vous présentons un panel des formations que nous sommes en capacité de déployer dans les pages suivantes, cependant, nous pouvons répondre à toutes les demandes spécifiques qui émanent des entreprises.

Nous avons conscience que vous avez de plus en plus besoin de personnalisation pour atteindre vos objectifs... Pour vous démontrer notre expertise, voici quelques exemples de missions déroulées en 2021 :

- Achats de Prestations de Ressources Humaines
- Achat de Prestations de Consulting
- Code de la commande publique
- Marchés Spécifiques (achat public)
- Achat dans le monde hospitalier
- Posture de l'Acheteur
- Charisme de l'Acheteur
- Achat de travaux
- Préparation d'un chantier en Guyane

---

Consultez la MAJ des dates ou faites une demande sur notre site [www.cdaf-formation.fr](http://www.cdaf-formation.fr)

Achat de facilities management .....	90
Achat de maintenance.....	91
Achat de gaz et d'électricité N1.....	92
Achat de gaz et d'électricité N2.....	93
Achat d'investissement .....	94
Achat de prestations de consulting .....	95
Achat de prestations intellectuelles .....	96
Achat de prestations d'assurances .....	97
Achat de prestations de marketing et de communication .....	98
Achat de prestations de Supply Chain .....	99

# Achat de facilities management



## OBJECTIFS

- Appréhender les prestataires des directions Ressources Humaines, leurs typologies, les langages et les acteurs du secteur



## PUBLIC

- Acheteurs Prestations intellectuelles,
- Responsables Achat
- Toute personne souhaitant comprendre l'activité liée aux Ressources Humaines



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés
- Ateliers en sous-groupes
- Étude de cas



## PRÉREQUIS

- Pratique Achat

## PROGRAMME

### Le marché hétérogène de la maintenance

- Les prestataires du marché et ses évolutions
  - multiservices : accueil, communication, courrier, restauration, impression, propreté, sécurité...
  - multitechniques : bâtiments, locaux, installations, équipements de production...
- Les différentes organisations et périmètres géographiques, techniques et de services

### Processus d'appel d'offres

- Cahier des charges avec ajustement des besoins
  - le périmètre d'externalisation de la maintenance
  - les niveaux de maintenance et processus d'intervention
  - les délais, périodicités, modalités de contrôle et suivis des indicateurs
- La négociation : prestations, engagement des parties, conditions financières... / obligation de moyen, de résultat

### Le pilotage des prestataires

- Les différents modèles, outils et organisations du pilotage FM disponibles sur le marché
- Le plan de progrès, rapport d'activité, La prise en charge d'un nouveau site, maîtrise d'un site multioccupants...

### Le contrat particulier de la maintenance

- Positionnement général du contrat multiservice ou multitechnique / Préparer le contrat de maintenance
  - les éléments à connaître pour anticiper les risques
  - définition des prestations uniques, multiples, mandats
  - les éléments accessoires
- Mise en œuvre du contrat : Implémentation, exploitation, suivi d'exploitation / Réversibilité
- Cas de la rupture ou sortie du contrat
  - terme du contrat ou renouvellement / résiliation pour inexécution totale ou partielle des prestations
  - sortie anticipée du contrat : mise en œuvre des clauses résolutoires et des clauses pénales

### Spécificités juridiques

Risques sociaux liés aux personnelles du prestataire

- Le cas du changement de prestataire
- Les conventions de maintien des contrats de travail sur site
- Le prêt de main-d'œuvre illicite, délit de marchandage
- Les obligations Hygiène et Sécurité / plan de prévention

2022

Paris



## SESSION SUR DEMANDE

Consultez la MAJ des dates ou faites une demande sur notre site [www.cdaf-formation.fr](http://www.cdaf-formation.fr)

1600 € HT

2J

# Achat de maintenance



## OBJECTIFS

- Identifier les risques liés aux achats de maintenance
- Acquérir des outils et des réflexes d'un acheteur professionnel
- Comprendre le rôle de la fonction Achat en maintenance dans la stratégie de l'entreprise



## PUBLIC

- Toute personne amenée à effectuer des achats de manière régulière ou ponctuelle au sein du service maintenance



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications
- Étude de cas pratiques des participants



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Fonction Maintenance

- Définitions normalisées
- Objectifs techniques et généraux de la maintenance
- Stratégies de maintenance
- Coûts global, directs et indirects de la maintenance

### Fonction Achats

- Valeur ajoutée des achats, rôles et enjeux
- Stratégies et leviers
- Le Client interne
- Contribution de la maintenance à la stratégie de l'entreprise

### Processus Achat en maintenance

- Déroulé du processus complet
- Exigences des normes ISO9000/2000
- La segmentation des familles et sous-familles d'achats

### Besoin interne et marché fournisseur

- Expression et analyse du besoin : la matrice ACDE
- Expression technique et fonctionnelle du besoin
- Connaissance des marchés fournisseurs
- Décomposition de prix du fournisseur
- Formule de révision des prix

### Politique Achat de maintenance

- Achats opportunistes, équipement d'occasion, investissement, externalisation
- La priorisation : 20/80 et ABC
- Les stratégies achats segments : matrice de Kraljic
- Les matrices des marchés / de décision
- Quelle est votre attractivité pour un fournisseur ?

### Cycle de vie des produits/services

#### Sélection du fournisseur

- RFI et consultation : processus de sélection
- Spécificités de la sous-traitance
- Enchères électroniques inversées
- La comparaison des offres, multicritères et pondérées

#### Finalisation et suivi

- Aspects juridiques : transfert de propriété, garanties
- Spécificités juridiques de la sous-traitance
- Contrats, conditions générales d'achats vs de vente
- Mesurer la performance Fournisseur
- Le tableau de bord Achat

2022

Paris



### SESSION SUR DEMANDE

Consultez la MAJ des dates ou faites une demande sur notre site [www.cdaf-formation.fr](http://www.cdaf-formation.fr)

1100 € HT

1J

# Achat de gaz et d'électricité Niveau 1



## OBJECTIFS

- Aider les acheteurs ou les personnes en charge de la gestion de l'énergie à optimiser leurs pratiques
- Achat de gaz et d'électricité



## PUBLIC

- Acheteur d'énergie
- Bureau d'étude
- Service qualité et environnement



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques
- Cas pratique



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Introduction

Présentation des marchés de l'énergie, les sous-jacents, les évolutions

### JOUR 1 : le gaz

#### La décomposition du prix

- La molécule
- Les taxes
- L'acheminement

#### Quelques aspects de la réglementation à connaître

- L'ATRT / L'ATRD
- Réglementation stockage
- L'interruptibilité

#### Les éléments à prendre en compte dans la rédaction de l'appel d'offres

- Les caractéristiques à mentionner pour obtenir une cotation pertinente
- Les engagements de quantités
- La formation du prix : l'indexation, les formules, les places de marchés, les produits de couverture à retenir
- Les autres critères

### JOUR 2 : l'électricité

#### Le marché de l'électricité en France

- Ses composantes

#### La décomposition du prix

- Le prix électron
- La capacité
- L'acheminement (TURPE)
- Les taxes (TICFE...)

#### Un point de réglementation incontournable

- La loi NOME et la mise en place de l'ARENH

#### Les éléments à prendre en compte dans la rédaction de l'appel d'offres

- La flexibilité
- Le SWAP ARENH/Marché
- Les autres critères

2022

Paris 31 mars-1<sup>er</sup> avril

1600 € HT

2J

# Achat de gaz et d'électricité Niveau **2**



## OBJECTIFS

- Aider les acheteurs ou les personnes en charge de la gestion de l'énergie à perfectionner leur pratique de l'achat d'énergie.



## PUBLIC

- Acheteurs ou responsables Achat d'énergie
- Responsables administratifs et financiers, contrôleurs de gestion...



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications
- Étude de cas pratiques



## PRÉREQUIS

- Avoir pratiqué l'achat d'énergie ou suivi la formation des fondamentaux des achats d'énergie Niveau 1

## PROGRAMME

### Introduction

- Présentation des marchés de l'énergie, les sous-jacents, les évolutions

### PARTIE 1 : LE GAZ

#### Introduction

#### Rappels théoriques :

- Les composantes du prix du gaz
- L'acheminement

#### Calcul de l'acheminement

- Éléments théoriques
- Cas pratique

#### Optimisation de puissance souscrite

- Éléments théoriques
- Cas pratiques

### PARTIE 2 : ELECTRICITE

#### Rappels théoriques

- Les composantes du prix électricité
- Les formes de contrat possibles
- La problématique de l'ARENH

#### Calcul des différentes composantes hors TURPE (Cas pratiques)

- Calculer le prix molécule avec et sans ARENH ; avec et sans écrêtement
- Les différentes formes de prix rencontrées dans les contrats
- Calculer la capacité

#### Calcul des composantes régulées

- Le TURPE. Présentation théorique : TURPE 5 / TURPE 6 , quelles modifications ?
- Cas pratique : sur un exemple choisi, calculer la composante acheminement

2022

Paris 6-7 octobre

1600 € HT

**2J**

# Achat d'investissement



## OBJECTIFS

- Comprendre différents types de risques liés aux achats d'investissement
- Savoir procéder à l'allocation d'actifs en fonction des risques déterminés
- Connaître les bonnes pratiques de l'achat d'investissement



## PUBLIC

- Acheteur
- Acheteurs projet
- Responsables Achat



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Apports théoriques et méthodologiques
- Exercices d'applications
- Étude de cas pratiques des participants



## PRÉREQUIS

- Aucun

## PROGRAMME

### Caractéristiques de l'investissement

- Investissement de capacité ou d'expansion
- Investissement de remplacement ou de renouvellement
- Investissement de modernisation ou de productivité
- Investissement financier
- CAPEX ou OPEX ? Entretien ou Immobilisation ?

### Les décisions d'investissement

- Besoins d'exploitation : évaluation, gestion et contrôle
- Évolution des besoins : croissance et saisonnalité
- Réduction des BFDR
- Évaluation de la rentabilité financière

### Les spécificités de l'achat d'investissement

- Fournisseurs et des familles Achat concernées
- Analyse des coûts globaux et des retours sur investissement
- Lotissement des investissements

### Aspects juridiques spécifiques

- Rédaction des clauses contractuelles
- Suivi de l'application des contrats
- Mise en œuvre des clauses de sauvegarde

### Accompagnement d'acheteurs dans la préparation de dossiers réels

2022

Paris 19-20 octobre

1600 € HT

2J

# Achat de prestations de consulting



## OBJECTIFS

- Appréhender les prestataires des directions Ressources Humaines, leurs typologies, les langages et les acteurs du secteur



## PUBLIC

- Acheteurs Prestations intellectuelles
- Responsables Achat
- Toute personne souhaitant comprendre l'activité consulting et traduction



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés
- Ateliers en sous-groupes
- Étude de cas



## PRÉREQUIS

- Compléter la fiche de recueil des attentes

## PROGRAMME

### Définir du consulting

- Les différentes prestations
- Les familles d'achats et leurs volumes respectifs
- Les acheteurs de prestations intellectuelles

### Les règles Achat

- Le marché du conseil / Construire un cahier des charges
- Le processus d'appels d'offres et les appels à compétences
- Les tableaux de bord et les indicateurs majeurs

### Les documents d'appel d'offres

Pourquoi un dossier de référencement ?

- Les grilles tarifaires / Structure et méthode de constitution
- Le référencement et le déréférencement

### Cas pratique

- Cas fictif : les données et la méthode de calcul

### Points juridiques

- Les contrats et les principaux articles
- La gestion des contrats / La rupture les risques juridiques

### Achats de prestations de traduction

- Définition / Vocabulaire et langage spécifique

- Spécificités de la négociation / Rôle des acteurs
- Les enjeux de ce segment et les gains potentiels

### Processus d'appel d'offre

- Les particularités de la structure de coût
- Identifier et caractériser les besoins en traduction
- Choisir des critères de sélection des agences de traduction
- Élaborer les documents d'appel d'offre
- Utiliser des contrats cadres

### Suivre la performance

- Définition conjointe des critères pertinents d'évaluation
- La maîtrise des coûts / les indicateurs essentiels
- Mesures de performance des fournisseurs

### Les risques juridiques

- Le droit de la propriété intellectuelle, artistique
- Les obligations contractuelles
- Les clauses de confidentialité et de responsabilité

2022

Paris



**SESSION SUR DEMANDE**

Consultez la MAJ des dates ou faites une demande sur notre site [www.cdaf-formation.fr](http://www.cdaf-formation.fr)

1600 € HT

2J

# Achat de prestations intellectuelles



## OBJECTIFS

- Adapter les comportements Achat à l'environnement des prestations intellectuelles
- Appliquer le processus achats dans le domaine des prestations intellectuelles
- Analyser le besoin en terme de fonction et transposer la méthode de décomposition des coûts aux achats de prestations intellectuelles
- Mesurer la performance d'une prestation intellectuelle
- Identifier les clients internes impliqués

- Rationaliser le panel des fournisseurs hors production et réduire le nombre de commandes



## PUBLIC

- Acheteur de prestations intellectuelles ou d'achats indirects



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés
- Échanges d'expérience
- Études de cas



## PRÉREQUIS

- Organisation et processus Achat

## PROGRAMME

### Identification des relations

- Relations prescripteurs, acheteurs, utilisateurs
- Organisation des relations
- Gestion en mode projet

### Processus

- Définition du besoin
- Décomposition des coûts (Taux Journaliers)
- Marketing Achat
- Appel d'offres
- Suivi de la performance

### Contractualisation et niveaux de services

- Définition des clauses majeures
- Définition des indicateurs de suivi

### Comment gérer les achats hors production ?

- Une réorganisation des activités de l'entreprise
- Pas de structure Achat existante a priori
- Ne pas alourdir les structures de l'entreprise
- Les enjeux économiques

### Stratégie Achat par famille

- Définition et mise en oeuvre de stratégies Achat
- Bonnes pratiques

### Suivi des contrats et évaluation des fournisseurs

- Principes généraux
- Ratios clefs
- Communication
- Plan de progrès

2022

Paris



## SESSION SUR DEMANDE

Consultez la MAJ des dates ou faites une demande sur notre site [www.cdaf-formation.fr](http://www.cdaf-formation.fr)

1600 € HT

2J

# Achat de prestations d'assurances



## OBJECTIFS

- Appréhender les principaux programmes d'assurances, les langages et les acteurs du secteur pour optimiser l'achat d'assurances



## PUBLIC

- Juristes
- Acheteurs de prestations intellectuelles
- Responsables Achat
- Toute personne souhaitant comprendre l'activité d'assurance



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés
- Ateliers en sous-groupes
- Étude de cas



## PRÉREQUIS

- Pratique Achat, idéalement de prestations intellectuelles
- Compléter la fiche de recueil des attentes

## PROGRAMME

### Le marché de l'assurance et du courtage

- Définition
- Vocabulaire et langage spécifique
- Spécificités de la négociation assurance
- Rôle des acteurs de l'assurance : courtier, assureurs, experts...

### La "vente" du bilan sinistre assurance

- Les règles de construction d'un bilan assurance
- La gestion commerciale du bilan
- La sécurisation et l'échelle des informations
- Lisibilité, transparence et engagement vis-à-vis de l'assureur
- La mise à jour et les opérations exceptionnelles

### La négociation et la découverte globale

- Obligations d'assurances pour les entreprises
- Univers des risques assurables / non assurables selon le principe de la cartographie
- Panorama (Incendie, Accident, Risques Divers et Transport (IARDT) / Crédit clients / Ressources Humaines

### La négociation et la construction d'une solution

- Techniques d'appels d'offres (aperçu des contraintes légales des AO publics)
- Approche internationale, clause d'arbitrage, notions sur les captives, affacturage et assurance à crédit...

### La négociation et l'argumentation

- Maîtrise des objectifs communs et du rapport de force :
  - la stratégie de l'acheteur
  - la tactique Solution-Action-Réponse
- Les freins et les objections : Prix-Garanties-Autres
- Études de cas sur les dommages aux biens et compte d'exploitation

### La négociation et la conclusion

- Contrats d'assurance
- La "peur" de la conclusion
- Les outils de la conclusion
- Le consensus et le désaccord

2022

Paris



## SESSION SUR DEMANDE

Consultez la MAJ des dates ou faites une demande sur notre site [www.cdaf-formation.fr](http://www.cdaf-formation.fr)

1600 € HT

2J

# Achat de prestations de marketing et de communication



## OBJECTIFS

- Appréhender les principaux programmes des directions Marketing et Communication, les langages et les acteurs du secteur pour optimiser l'achat marketing et communication



## PUBLIC

- Acheteurs PI, Marketing ou Communications
- Directeurs Achat
- Responsables Marketing
- Responsables Communication
- Toute personne souhaitant comprendre l'activité Marketing et Communication



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés, Études de cas
- Échanges d'expérience



## PRÉREQUIS

- Pratique Achat
- Compléter la fiche de recueil des attentes

## PROGRAMME

### Le marché du marketing et de la communication

- Définition
- Vocabulaire et langage spécifique / Segmentation des familles d'achats
- Les grandes tendances du marché, niveau offres et technologies

### La négociation et la découverte globale

- Techniques d'appel d'offres
- Agir sur les achats / Optimiser l'existant, l'usage

### Cahier des charges

Rédaction du cahier des charges fonctionnel

- Connaître l'existant avant toute chose
- Le cahier des charges, document crucial du processus
- Sélectionner les fournisseurs consultés
- Les aspects à négocier : le prix...
- Spécificités de quelques familles
- Gérer le déploiement des solutions choisies

### Influencer les comportements

- Réduire la déperdition d'information liée aux schémas d'organisation classique
- Développer les outils collaboratifs et structurer les échanges

### Contrôle et reporting

Monitorer dans la durée pour garantir une dépense minimale :

- Indicateurs de performances
- Outils d'évaluation recommandés
- Développer la communication interservices

### Les contrats

- Les caractéristiques du contrat d'achat Marketing et Communication
- Le droit de propriété intellectuelle
- Les obligations de moyens et de résultats
- Les aspects juridiques du contrat de prestations

2022

Paris 17-18 novembre

1600 € HT

2J

# Achat de prestations de Supply Chain



## OBJECTIFS

- Appréhender les modes de transports et entrepôts, leurs typologies, les langages et les acteurs du secteur



## PUBLIC

- Acheteurs Prestations Intellectuelles
- Responsables Achat
- Toute personne souhaitant comprendre l'activité liée aux achats de transports et entrepôts



## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- Exposés
- Ateliers en sous-groupes
- Étude de cas



## PRÉREQUIS

- Pratique Achat

## PROGRAMME

### Différents modes de transports et l'entreposage

- Le marché de la logistique et les acteurs clefs
- Les différents types de transports multimodaux et le secteur de l'entreposage
- Les critères de choix d'un mode de transport
- Les droits et obligations du transporteur national et international
- Le code de commerce et les conventions internationales
- Les qualités et les défauts logistiques des différents modes de transport

### Processus d'appel d'offre

- Le cahier des charges
- Les transitaires et commissionnaires de transport
- La comparaison de prix et de tarifs
- Les pièges à éviter

### Les contrats

- Le contrat de transport national et international :
  - terrestre
  - maritime
  - aérien
  - autre
- Le contrat d'entreposage
- La charte Qualité
- Assurances et responsabilités : plafonds d'indemnisation dommages et/ou retard, marchandises...

### Le pilotage de la performance

- Le tableau de bord
- Les incidents et critères de qualité
- La mise en place d'un suivi informatisé

2022

Paris



## SESSION SUR DEMANDE

Consultez la MAJ des dates ou faites une demande sur notre site [www.cdaf-formation.fr](http://www.cdaf-formation.fr)

1100 € HT

1J



# BULLETIN D'INSCRIPTION

Merci d'envoyer ce bulletin par email à : [inter@cdaf-formation.fr](mailto:inter@cdaf-formation.fr)  
Si vous avez des questions, n'hésitez pas à contacter le 01 43 94 70 41.

## STAGE

Titre .....

Lieu .....

Dates .....

Prix € HT ..... + TVA (taux en vigueur)      Prix € TTC .....

## PARTICIPANT

M     Mme       Nom .....

Prénom .....

Fonction .....

E-mail .....

Téléphone .....

Avez-vous des besoins spécifiques (PSH) nécessitant une adaptation de la formation :  Oui     Non

## ENTREPRISE

Raison sociale .....

Adresse .....

Ville .....      Code Postal .....

Téléphone .....      Fax .....      E-mail .....

N° Siret .....      Code NAF .....

Effectif établissement .....      Effectif France .....

Nombre d'acheteurs sur le site .....

## PERSONNE RESPONSABLE DE L'INSCRIPTION

M     Mme       Nom .....

Prénom .....

Fonction .....

E-mail .....

Téléphone .....

Nom du responsable signataire (si différent) .....

Fonction .....

Adresse de facturation (si différente ou OPCO) .....

.....      Téléphone .....

Fait à .....

Le .....

Cachet de l'Entreprise

Signature

Vos données personnelles sont utilisées dans le cadre strict de l'exécution et du suivi de votre demande par CDAF Formation en charge du traitement. Elles sont nécessaires à l'exécution de ce service. En application de la réglementation sur la protection des données à caractère personnel, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, de limitation du traitement ainsi que d'un droit d'opposition et de portabilité de vos données si cela est applicable que vous pouvez exercer en adressant un email à [rgpd@cdaf-formation.fr](mailto:rgpd@cdaf-formation.fr)

# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE ET DE PARTICIPATION AUX STAGES INTER-ENTREPRISES

## TARIFS

Les tarifs indiqués sur chaque page de notre catalogue sont des tarifs hors taxes par participant. Ils doivent être majorés du taux de TVA en vigueur à la date de l'inscription (taux actuel : 20%).

Les tarifs sont forfaitaires. Tout stage ou cycle commencé est dû dans son intégralité.

## FACTURATION

La facture est émise à la fin du stage ou lorsqu'il s'agit d'un cycle, à l'issue de chaque module.

Cette facture sera accompagnée de tous les documents légaux nécessaires (attestation de présence, attestation de fin de stage).

## RÈGLEMENT

Le règlement du prix de la formation est à effectuer à l'ordre de CDAF Formation, à réception de facture, sans escompte.

Tout retard de règlement par rapport aux conditions générales de vente et aux dates d'échéance figurant sur nos factures donnera lieu de plein droit à l'application d'une pénalité s'élevant à trois fois le taux d'intérêt légal et l'application d'une indemnité forfaitaire de quarante euros pour frais de recouvrement.

Ces pénalités s'appliquent de plein droit, sans mise en demeure préalable, par la seule échéance du terme.

En cas de paiement effectué par un OPCO, il appartient au client d'effectuer toutes les démarches auprès de son organisme collecteur avant le début de la formation et d'en informer CDAF Formation au moment de l'inscription. Si l'accord de prise en charge ne parvient pas à CDAF Formation avant le démarrage de la formation, celle-ci sera facturée intégralement au client.

En cas de prise en charge partielle du montant de la formation par l'OPCO, quelle qu'en soit la raison, la différence de coût sera facturée au client.

## ANNULATION OU REPORT

CDAF Formation veille avec le plus grand soin à la composition des groupes afin d'assurer la meilleure qualité pédagogique. Toute annulation ou report a des répercussions sur le déroulement de la session et peut être préjudiciable aux autres participants.

Toute annulation doit être communiquée par écrit au plus tard dans les 10 jours ouvrés précédant la date du début de stage.

En cas d'annulation ou de report intervenant moins de 10 jours ouvrés avant le début du stage, le coût de la formation ou du stage reste dû à CDAF Formation. Dans le cas où le nombre de participants serait insuffisant pour garantir le bon déroulement pédagogique du stage, CDAF Formation se réserve le droit de reporter une session en avisant, au plus tard 1 semaine avant la date prévue, les participants déjà inscrits. Toutefois, afin d'éviter au maximum de devoir ajourner un stage, nous pourrions être amenés à vous proposer le maintien de la formation à effectif réduit, si les conditions pédagogiques le permettent, avec une durée et/ou un tarif différent.

## DOCUMENTS LÉGAUX

Une convention de formation professionnelle, établie selon les textes en vigueur, vous sera adressée par mail, elle devra nous être retournée signée et revêtue du cachet de votre entreprise.

2 semaines environ avant le début du stage, nous envoyons au signataire du bulletin d'inscription la convocation à transmettre au participant.

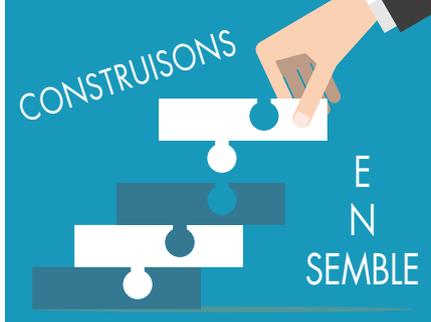
L'attestation de présence vous est adressée à l'issue de la formation en accompagnement de la facture.

## ATTRIBUTION DE COMPÉTENCES

Tout litige qui ne pourrait être réglé à l'amiable sera de la compétence des Tribunaux du ressort du siège social de CDAF Formation, quel que soit le siège ou la résidence du client, nonobstant pluralité des défendeurs.

---

*Vos données personnelles sont utilisées dans le cadre strict de l'exécution et du suivi de votre demande par CDAF Formation en charge du traitement. Elles sont nécessaires à l'exécution de ce service. En application de la réglementation sur la protection des données à caractère personnel, vous bénéficiez d'un droit d'accès, de rectification, de limitation du traitement ainsi que d'un droit d'opposition et de portabilité de vos données si cela est applicable que vous pouvez exercer en adressant un email à [rgpd@cdaformation.fr](mailto:rgpd@cdaformation.fr)*



## NOS PARTENAIRES



Sup de Vente, Ecole Supérieure de Vente, et CDAF Formation ont réuni leur savoir-faire pour créer conjointement une formation par apprentissage de Responsable des achats. Il s'agit d'une formation certifiée RNCP niveau 7 (Bac+5 ou Master 2), développée par CDAF Formation, s'appuyant sur un réseau de professionnels des achats. Il est préparé par la voie de l'apprentissage à Sup de V, école gérée par la CCI de Versailles Val-d'Oise/Yvelines.

Les formations en apprentissage bénéficient des subventions du Conseil régional d'Île de France et des financements des entreprises. De ce fait, l'apprentissage est gratuit pour les jeunes qui perçoivent en outre un salaire dans le cadre de leur contrat de travail en alternance.



Partenaire de CDAF Formation, la CCI de Nantes St-Nazaire organise la mise en œuvre du diplôme ESAP – Acheteur Leader sur les régions Pays de la Loire, Bretagne et Nord Poitou Charentes.

Chaque année, c'est en moyenne un effectif de 15 à 20 participants qui suivent les enseignements opérationnels dispensés quasi entièrement par des professionnels en activité. Ils sont choisis selon leur expertise et leur aisance pédagogique.



L'EIPM - Institut Européen du Management des Achats – a été créé en 1990 par des entreprises pionnières dans le management des Achats tel que Alcatel, Aérospaciale, Amag, Bull, Cerestar (Ferruzzi), Herberts (Hoescht), Nokia, Pechiney, Philips, Renault. L'EIPM a également été sponsorisée par la Commission Européenne, la région Auvergne Rhône-Alpes et le département de la Haute-Savoie afin de lancer la première école Européenne dispensant des formations professionnelles dans le domaine des Achats.

L'EIPM est aujourd'hui partenaire de CDAF Formation et ensemble, nous allions la force de recherche de l'EIPM et l'expertise sectorielle CDAF Formation pour travailler sur les nouvelles tendances Achat, proposer plus de formations en fonction de l'évolution du métier et permettre aux entreprises de se comparer et d'échanger lors de conférences et de Workshops.

L'EIPM c'est également la première école à offrir un "Executive MBA" spécialisé dans le Management des Achats et de la Supply Chain. Certains hauts profils internationaux qui ont terminé l'ESAP ont pu intégrer directement le EMBA de l'EIPM et obtenir ce Diplôme mondialement reconnu et accrédité par l'AMBA.

# LES CENTRES CDaf FORMATION

## ÎLE DE FRANCE (SIÈGE SOCIAL)

11 avenue du Val de Fontenay  
94120 Fontenay-sous-Bois  
Tél. 01 43 94 70 40 Fax: 01 48 76 52 86

Ronan Hascoët Direction pédagogique  
Tél. 01 43 94 70 43 rhascoet@cdaf-formation.fr  
Sonia Tharcisius Coordinatrice Diplômant  
Tél. 01 43 94 70 44 stharcisius@cdaf-formation.fr  
Stéphanie Pasquier Inter-entreprise et parcours métiers  
Tél. 01 43 94 70 41 spasquier@cdaf-formation.fr  
Patricia Sandanassamy Intra-entreprise et sur-mesure  
Tél. 01 43 94 70 42 psandanassamy@cdaf-formation.fr

## HAUTS-DE-FRANCE

941 rue Charles Bourseul  
BP 10838 - 59508 Douai Cedex  
Tél. 03 27 71 24 60 - Fax: 03 27 71 24 68  
Pui Kwan Simon  
psimon@cdaf-formation.fr

## PAYS DE LA LOIRE / BRETAGNE

CCI Nantes/Saint-Nazaire  
Gavy-Océanis - BP 152  
44603 Saint-Nazaire Cedex  
Tél. 02 40 44 42 22 Fax: 02 40 53 69 37  
Jean-Michel Callens Correspondant Région Ouest  
Tél. 02 40 44 42 23 j.callens@nantes.cci.fr

## NOUVELLE AQUITAINE

Espace Nomade  
39 rue du Château d'Eau  
33000 Bordeaux  
Tél. 01 43 94 70 40  
Eric Lépine  
elepine@cdaf-formation.fr



## AUVERGNE - RHÔNE-ALPES PACA

66 boulevard Niels Bohr  
CS 52132  
69603 Villeurbanne CEDEX  
Tél. 04 72 56 00 96  
Fax: 04 78 37 17 60  
Guillemine de Seroux  
gdeseroux@cdaf-formation.fr  
Nicolas Bedos  
nbedos@cdaf-formation.fr

## OCCITANIE

478 rue de la Découverte  
CS 67624 - Mini Parc 3  
31676 Labège Cedex  
Tél. 01 43 94 70 40  
Eric Lépine  
elepine@cdaf-formation.fr



[www.cdaf-formation.fr](http://www.cdaf-formation.fr)

Plus d'information, vous inscrire ...

Tél. 01 43 94 70 40

CDaf Formation - Société par Actions Simplifiée au capital de 110.000 euros - Code NAF : 8559A - N° Siret : 445 369 978 00041  
RCS CRETEIL 445 369 978 - n° TVA intracommunautaire : FR 33 44 536 99 78