LE MARKETING DES ACHATS

Durée de la formation :
2 jours

Tarif intra :
4590 € HT / groupe

Tarif inter :
1590 € HT / personne

Le marketing des achats

Le marketing d'achat implique une analyse préalable du marché des fournisseurs afin de trouver le meilleur fournisseur qui répond aux besoins spécifiques et offre de nouvelles opportunités pour le processus d'innovation.

Objectifs de la formation

- Avoir une culture marketing orientée achats en B2B (business to business)
- Utiliser des outils d'analyse, de stratégie et d'action en marketing des achats
- Respecter le cadre juridique des achats

Programme de la formation

JOUR 1 :

Définir une stratégie achat

- Analyser les évolutions de la fonction et des relations clients / fournisseurs
- Le rôle stratégique des achats et la place de la fonction dans l'organisation
- Types d'achats et leurs segmentations
- Les éléments du processus d'achat et approvisionnement

Spécifier l'acheteur face aux marchés

- La problématique des achats en économie de marché
- L'expression du besoin
- Le marketing achats et les techniques d'étude de marché
- Les sources d'informations et la veille technologique et concurrentielle
- Le diagnostic de la situation des approvisionnements

JOUR 2 :

Identifier les aspects juridiques

- Les principes juridiques appliqués aux achats
- Les achats publics
- Les délits liés à l'exercice des achats
- Les contrats

Gérer le management des achats

- Les outils du responsable d'achats
- La communication interne
- Les tableaux de bord

Prérequis

Connaissance des fondamentaux des achats

Public cible

- Dirigeant
- Chef d’entreprise
- Responsable de pole Achats

Pédagogie

Méthodes d’apprentissage et d’évaluation :

- Apports théoriques et pratiques
- Travaux d'application et cas pratiques
- Évaluation des acquis en fin de formation

Intervenant :
Formateur de terrain de haut niveau professionnel, doté d’un véritable sens de la pédagogie

Supports de formation remis :
Support de formation et corrigés des exercices

Une attestation de formation sera délivrée à chaque participant