



Marchés publics pour les administrations

La mise en place d'une stratégie achats dans le secteur public

1 jour (7h00) | ★★★★★ 4,6/5 | SPUBMP-ACHAT | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Compétences Métier › Réglementation des marchés publics › Marchés publics pour les administrations

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 23/05/2024.

Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Etablir une stratégie d'achats grâce à la mise en oeuvre d'outils clairs qui vous permettront de définir et d'atteindre des objectifs achats.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

** ratio variable selon le cours suivi

Prérequis

Connaissance de base des règles des marchés publics.

Public concerné

Cadres et responsables des services achats et marchés, directeurs et cadres des services juridiques et techniques et acheteurs experts.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation de la formation

Établir les fondements d'une stratégie d'achats

- Définir le concept de la stratégie d'achats
- Apprendre à cartographier les achats
- Connaître les principes et les outils du marketing achat
- Connaître la méthodologie d'élaboration d'une stratégie d'achats
- Définir des objectifs achats
- Positionner la stratégie d'achats dans le processus achat
- Considérer la stratégie d'achats comme outil et un guide
- Identifier des besoins dans les segments d'achats
- Identifier les marchés fournisseurs
- Maîtriser la matrice de Kraljic
- Construire la synthèse SWOT des achats
- Intégrer les achats durables
- Intégrer l'achat innovant
- Intégrer les dispositions pour faciliter l'accès des PME à la commande publique

Définir et formaliser la stratégie d'achats et ses leviers d'action

- Identifier et caractériser les leviers d'achats à mettre en oeuvre
- Choisir les options à mettre en oeuvre pour un achat efficace et d'efficient :
 - Quelle procédure choisir ?
 - Quel mode de contractualisation opter ?
 - Quels sont les principes essentiels pour la rédaction d'un CCAP ?
 - Quels sont les niveaux de performance et d'exigence attendue et les objectifs associés ?
 - Quels critères de sélection des candidature ?
 - Quels critères d'attribution ?
- Préparer le suivi d'exécution
- Comment mesurer la performance des achats et des fournisseurs ?
- Optimiser l'efficacité et l'efficience du processus achat

Assurer la mise en oeuvre de la stratégie d'achats

- Définir et formaliser les éléments de la stratégie d'achats par segment et les objectifs associés

- Définir les modalités d'évaluation des performances achats
- Intégrer les éléments de la stratégie d'achats dans le tableau de bord de l'organisme public
- Mesurer et évaluer les résultats obtenus dans la satisfaction des besoins
- Mesurer et évaluer la performance des fournisseurs
- Assurer le reporting et conduire les actions correctives
- Assurer la communication entre les différents acteurs par des réunions de retour sur expérience

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Etudes de cas :*
 - *Définition et mise en oeuvre d'une stratégie d'achat sur un besoin d'achat concret*
 - *Construire un cartographie achat*
 - *Présentation des gains ou des progrès liés à la stratégie d'achats*
- *Brainstorming sur des actions de marketing achat*

Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Evaluation formative (quiz) permettant de valider les compétences acquises
- Bilan oral et évaluation à chaud

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et Handicap.

Modalités et délais d'accès à la formation

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.