



FORMATION ASSISTANT ACHAT

✓ **Conseiller en formation continue** : Catherine ESPENEL
c.espenel@velay.greta.fr

✓ **Référent pédagogique** : Fabienne VIDAL
f.vidal@velay.greta.fr

✓ **Assistante administrative** : Annie NAVELET
a.navelet@velay.greta.fr

GRETA du VELAY
BP 120
43003 Le Puy-en-Velay cedex
☎ 04.71.09.80.20
fax 04.71.09.80.38
Site : www.velay.greta.fr

SOMMAIRE

I. INTRODUCTION

II. OBJECTIF GÉNÉRAUX DE LA FORMATION

III. METIERS

IV. ORGANISATION DE LA FORMATION

1. Public visé

2. Formation

2.1 Date et périodes de formation

2.2 Contenu pédagogique

2.3 Méthodologie de la formation

2.3.1 Partie théorique

2.3.1 Partie pratique

I. INTRODUCTION

Toujours plus de gain, toujours moins de délais, une qualité optimale : l'obsession des achats ! Les achats représentent 35 à 75% du Chiffre d'Affaires d'une entreprise selon les secteurs. Les entreprises voient leurs achats se développer en volume, en variété et en valeur. Ces achats représentent une part croissante de leurs coûts de production.

De plus en plus appelée « mercatique amont » ou « mercatique des achats », la **fonction achat est devenue une véritable fonction commerciale**. Depuis quelques années, les entreprises ont compris l'intérêt stratégique de ce département et la nécessité de le pourvoir en homme de qualité.

Un environnement porteur

Dans une économie de production, le prix d'un produit résulte de l'addition des coûts de production auxquels on ajoute une marge. Aujourd'hui nous sommes dans une économie de marché et les entreprises doivent vendre **au prix de marché**. Dans ce cadre, l'entreprise part du prix du marché, retranche la marge qu'elle souhaite prendre et trouve son prix de revient. Dès lors, elle détermine les différents coûts de production et va tenter de les réduire. En économie de production, les achats représentant 20% du prix de vente, en économie de marché, ils atteignent 70% du prix de vente. **D'où leur rôle fondamental qui oblige les entreprises à changer leurs stratégies : non seulement, elles doivent intégrer des techniques d'achat, différentes des techniques de vente, mais en plus, elles doivent trouver les hommes capables de gérer ce département**

Les nouveaux enjeux de la fonction Achat sont de devenir un centre de profit et non de coûts. En effet, au service achat traditionnel du département de production succède une fonction moderne sur laquelle, on peut réaliser des gains de productivité. Selon certains secteurs, le poste achat représente de 45 à 80% du CA d'une société.

On assiste ainsi à la création de services « achat » dans les entreprises qui n'en sont pas dotées, - c'est le cas d'une proportion importante de PME PMI -, et au développement rapide de ceux qui existent déjà. En effet les entreprises sont conscientes de l'importance actuelle qu'elles ont à porter sur les achats : elles peuvent par une négociation bien menée de la part des acheteurs, faire gagner 5 à 15 % sur un prix d'achat de produit, parfois plus. La recherche des produits à l'échelle européenne et internationale réduit les coûts . Les achats peuvent représenter , dans certains cas, 70 à 80 % de la valeur de production dans les entreprises industrielles.

Cette fonction se développe dans les entreprises industrielles et de services et ne se limite pas aux produits qui entrent dans la production de l'entreprise . Les

achats pour les services internes sont en passe d'être mieux reconnus. Source de rationalisation et d'économie dans notre période de restriction et de re engineering, ces services ont pris de l'importance.

Cette fonction «achats» est en plein bouleversement. Elle a été longtemps sous estimée. Les fonctions commerciales ou financières l'ont devancée. Aujourd'hui, les entreprises sont conscientes que les achats deviennent stratégiques compte- tenu de la contraction des prix de vente due à la concurrence internationale. Des opportunités de postes s'y développent.

II. OBJECTIF GÉNÉRAUX DE LA FORMATION

La formation vise à satisfaire la diversité des demandes de personnel dans les services Achats , en permettant aux stagiaires d'acquérir :

- ✓ Des compétences générales,
- ✓ Une compréhension de l'entreprise, de son environnement économique, de ses fonctions et de ses stratégies,
- ✓ Une connaissance pratique de la fonction «ACHAT» :
 - Conception et mise en œuvre d'une démarche de relation client- fournisseur,
 - Négociation de contrats,
 - Sélection, gestion, et suivi des fournisseurs,
 - Gestion des délais et coûts d'approvisionnement.

III. METIERS

L'assistant achat assistera l'acheteur dans la mise en place des stratégies liées :

- aux produits : réaliser des études sur le marché amont, répertorier et sélectionner les produits.
- aux prix : étudier des conditions financières des fournisseurs
- aux modes de distribution du produit : étudier les sources d'approvisionnement, le choix des stratégies (exclusivité, répartition...)
- à la communication mise en oeuvre sur le ou les produits : mise en place de stratégies de partenariat, de communication professionnelle.

L'assistant achat assistera le logisticien dans l'approvisionnement et la gestion des stocks de façon à :

- éviter les ruptures de stock grâce à la mise en place de relation de partenariat avec les fournisseurs ;
- veiller à l'optimisation de l'espace consacré aux produits de façon à réduire le coût du stock.

Les appellations et déclinaisons sont les suivantes: acheteur adjoint, acheteur junior, responsable du service « achats », chef de rayon, gestionnaire de stocks, magasinier...

Ses principales qualités sont la compétence, la patience, la discrétion, l'initiative, le sens des responsabilités, l'organisation, la ténacité.

IV. ORGANISATION DE LA FORMATION

1 / Public visé

- DEMANDEUR D' EMPLOI
- Age : 18 ans minimum
- Niveau d'étude : Niveau 4 validé à niveau 3
BAC VALIDE à BAC + 2 validé ou non
- Pas d'expérience professionnelle précise mais une expérience de travaux saisonniers ou de stages en entreprises sera appréciée.
- Conditions particulières :
 - ✓ Une **forte motivation** est impérative en raison de la spécificité de la formation : domaines d'acquisition nouveaux
 - ✓ Le public sera fort d'une **grande disponibilité** et d'une réelle **mobilité géographique**. (Permis B)
 - ✓ Des **compétences personnelles** sont nécessaires : aptitude à la communication, sens des responsabilités, capacité d'autonomie, aptitudes physiques
- Recrutement régional

2 / Formation

2.1 Date et périodes

DU 24 NOVEMBRE 2003 AU 14 MAI 2004

PERIODE EN CENTRE : 15 semaines (30 h semaine)
Dont 1 semaine de préparation au Certificat d'Aptitude à la
Conduite d'Engins Spécialisés (C.A.C.E.S)

PERIODE EN ENTREPRISE : 8 semaines

2.2 Contenu pédagogique

ACHATS

MODULE 1 : L' ENTREPRISE ET LE METIER D' ACHETEUR

CONTENUS

L'entreprise
Le Métier D'acheteur

MODULE 2 : LA FONCTION ACHAT / LA PRATIQUE DE L'ACHAT

CONTENUS

La Fonction Achat
L'étude Du Besoin
Gestion Sélective Des Achats
Connaissance Des Marches Et Des Fournisseurs
L'évaluation Des Offres

MODULE 3 : LES ASPECTS JURIDIQUES DES ACHATS

CONTENUS

Les Bases Du Droit Des Contrats
La Formation Du Contrat D'achat
Clauses Du Contrat D'achat
L'exécution Du Contrat
Les Risques Majeurs
Le Non Respect Par Le Fournisseur De L'Exécution Du Contrat
Les Apports Des Droits Européens Et Internationaux

MODULE 4 : LES NOUVELLES TECHNIQUES D'ACHAT

CONTENUS

La Révolution Des Technologies
Les Evolutions Du Commerce, Les Enjeux Des NTIC

MODULE 5 : SELECTION ET EVALUATION DES FOURNISSEURS

CONTENUS

Les Marches Fournisseurs Potentiels
Les Critères De Recherche Habituels
Présélectionner Les Fournisseurs Avant L'appel D'offre
Evaluer Les Fournisseurs Avant L'appel D'offre
Mesurer La Performance Fournisseur
L'assurance Qualité Et La Certification
La Relation De Partenariat Clients Fournisseurs

STOCKS ET LOGISTIQUE

MODULE 1 : APPROVISIONNEMENT, LOGISTIQUE ET GESTION DE STOCK

CONTENUS

Le Processus d' Approvisionnement
Le Défi De La Gestion Des Approvisionnements
La Logistique
Les Stocks (Mise En Application Des Solutions D'approvisionnement A Son Entreprise)
Les Outils Micro-informatiques Au Service De L'acheteur (Excel / Logiciel De Gestion De Stocks)

MODULE 2 : REGLEMENTATION DES TRANSPORTS

CONTENUS

Comprendre L'interaction Entre L'environnement Juridique Et Le Contrat De Transport.
Acheter, Négocier Une Prestation De Transport.
Aspects Techniques Des Modes De Transport.
Gérer Un Contrat De Transport.
Tirer Parti Des Facilités Douanières.

NEGOCIATION D'ACHAT

MODULE 1 : METHODE DE PREPARATION A LA NEGOCIATION ET A LA CONDUITE D' ENTRETIEN

CONTENUS

Se Fixer Des Objectifs De Négociation :
Préparer La Négociation
Conduire L'entretien De Négociation Avec Le Vendeur
Résoudre Certaines Difficultés De La Négociation
Analyser La Négociation

ECONOMIE

MODULE 1 : CONNAISSANCE DES THEMES ECONOMIQUES ESSENTIELS A LA FONCTION ACHAT

CONTENUS

Économie Générale

Le système productif ; Les fondements des échanges internationaux ; Les paiements internationaux (SMI ; Marché des changes et fixation des taux de change..) ; L'UEM

Economie d'Entreprise

L'activité commerciale de l'entreprise ; l'activité productive ; les activités de logistique et d'approvisionnement ; l'activité financière

COMMUNICATION

MODULE 1 : OPTIMISATION DE MA COMMUNICATION

CONTENUS

Communication Ecrite :

Communication Orale :

Communication Professionnelle

INFORMATIQUE

MODULE 1 : LES OUTILS INFORMATIQUES AU SERVICE DE L'ACHETEUR.

CONTENUS

Word

Excel

Internet

Access

Présenter Les Résultats De Façon Pertinente Et Attractive Avec Excel, Word Et Power Point.

ANGLAIS DES AFFAIRES

MODULE 1 : ANGLAIS DES AFFAIRES

CONTENUS

Communication Ecrite ;
Communication Orale ;
Communication Professionnelle en langue anglaise

TECHNIQUES DE RECHERCHE DE STAGES ET D' EMPLOI

CONTENUS

Module de techniques de recherche d'emploi intégrant une méthode de recherche de stage en entreprise : appropriation des objectifs de stage en entreprise par les stagiaires en réponse au contenu du référentiel de formation, élaboration de curriculum vitae pour chaque stagiaire, techniques de candidature par courrier, par téléphone, par entretien..., Sensibilisation aux différentes possibilités d'aide à l'embauche en vigueur, Accès au "fichier entreprises" et aux différents moyens de communication (téléphone, minitel, Internet...).

2.3 Méthodologie de la formation

La formation alternera théorie et pratique.

2.3.1 Partie théorique

✓ Les enseignements prendront la forme de cours magistraux ou d'ateliers. Ces derniers permettront la mise en place de pratiques pédagogiques telles que l'individualisation de façon à en compte le parcours propre à chaque stagiaire.

Les intervenants seront des enseignants et des professionnels de l'achat.

✓ le GRETA DU VELAY dispose de salles de cours équipées de matériel informatique adapté et de connexion à Internet, un Centre de Ressources possédant une documentation variée et régulièrement mise à jour (Abonnements à des revues de presse économiques et sociales ; Dossiers de presse constitués sur des thèmes précis : métiers, emplois, secteur d' activité, offres d'emploi)

2.3.2 Partie pratique

L'objectif de la formation est l'accompagnement du stagiaire vers l'insertion professionnelle. Dès lors, les périodes de stage en entreprise revêtent une importance particulière. La négociation de ces stages visera à respecter l'atteinte des objectifs pédagogiques préalablement définis et donnera la priorité à une future embauche.

Deux périodes en entreprise seront effectuées au cours de la formation soit un total de 8 semaines. Deux suivis intra entreprise seront réalisés par un formateur technicien, spécialisé dans le suivi pédagogique et l'accompagnement vers une insertion professionnelle.