

Le marketing achat: améliorer les pratiques

OBJECTIFS

- Comprendre les étapes du marketing des achats
- Améliorer ses pratiques d'achats

PROGRAMME

Les techniques opérationnelles

- Découvrez... la définition du sourcing et les deux techniques qui s'y rapportent

Techniques prospectives

- Découvrez... les étapes nécessaires pour faire des études du marché en amont :
 - Le ciblage du marché fournisseur
 - La démarche globale d'une étude de marché amont
 - Le modèle de Porter : 5 +1 variables clés de la dynamique concurrentielle
 - Les entrants potentiels
 - Les produits de substitution
 - Les relations avec les clients (acheteurs) et les distributeurs
 - Le degré d'intervention de l'état
 - Les sources d'informations pour réaliser ces études
 - Synthèse de l'étude de marché amont
 - Objectifs finaux de l'étude de marché amont

Techniques comparatives

- Découvrez... la définition du benchmarking
- Les avantages et les limites du benchmarking

Techniques de "vente"

- Découvrez... comment mesurer la performance des fournisseurs
- Quels sont les moyens mis à votre disposition pour communiquer vers l'extérieur
- La communication en interne

Synthèse

- Découvrez... un résumé synthétique des étapes du marketing des achats

Connexions techniques requises Connexion internet : Câble, ADSL ou réseau LAN
Flash 8.0 ou supérieur Carte son / enceinte ou casque Résolution 1024 X 768



45min

prix par participant

50 €^{HT}

code formation : ELAC03

POUR QUI ?

- Responsable de structure import
Directeur des achats
- Acheteur