

FORMATION ETUDES DE MARCHES ACHATS DANS LA SPHERE PUBLIQUE 3 JOURS

Code : EMHA-PU3

Durée : 3 jour(s)

Population cible :

Acheteurs confirmés dans la sphère publique

Prérequis :

Aucun

Objectifs pédagogiques :

Apprendre à faire une étude de marché et comprendre les éléments les plus importants à trouver.
Savoir s'en servir dans le cadre d'une consultation.
Approfondir la relation avec les fournisseurs de référence dans le cadre d'un projet

Méthodes pédagogiques :

Méthode Accelerated Learning ®. AL : Formation à base de mise en situation sur des cas pratiques concrets, débriefing et interactions, remise d'un résumé.
Le résumé contient l'essentiel de ce qu'il faut retenir, il est distribué au fur et à mesure.
Les cas pratiques sont réalisés sous des formes pédagogiques différentes : travail solo, travail en groupe, quizz, jeux, jeux de rôles selon le sujet.
Ce type de formation est considéré comme beaucoup plus efficaces, mais plus fatigant par les stagiaires.

Support(s) remis :

Support Powerpoint + corrigés
Supports des résumés
Cas Pratiques et corrigés.

Contenu détaillé :

Jour 1

L'étude de marché dans le processus achats : quand ? qui ? (1h)

- Définitions et vocabulaire
- Les attendus d'une étude de marché ! pourquoi ?
- Différence entre étude de marché et sourcing
- Différences entre études de marchés et marketing opérationnel
- L'article 4 du décret et les principes.

Les techniques des études de marchés. (4h)

- Ou collecter les informations pertinentes ?
- La technique des Forces de porter
- Le SWOT marché

Etude d'un template d'étude de marché

Un questionnaire type d'étude de marché sera remis à chaque participant, pour ne pas partir 'd'une feuille blanche' :

- Exemples détaillés (3 h) . que tirer de chacune des 30 questions du questionnaire type ERICS distribué ... : comment faire le lien entre étude de marché et cahier des charges.
- Analyse de 3 études de marchés faites par des clients d'ERICS (et neutralisées en terme de nom de client et de contenu sensible).
- Identifier les sources des études de marché (internet, presse, salons...) (1/2h)
- La technique du W

Début du cas pratique du jour 2

Jour 2 :

Toute la matinée Cas pratique (4h) : les stagiaires réalisent 2 ou 3 études de marché comparatives pendant le stage en mettant leurs compétences en commun en sous groupe, sur des sujet faciles ou des sujets qui les intéressent. Ces études de marché sont mises en commun, corrigées en groupe ; Les stagiaires repartent donc avec 2 ou 3 exemples d'études de marchés corrigées.

Après midi et début du jour 3 :

L'identification des fournisseurs de référence.

Cas pratique : de l'étude de marché au choix des fournisseurs de référence. Les stagiaires obtiennent une étude de marché « toute faite », et décident de tous les éléments qui vont émailler leur AO (allotissement, volume, durée, forme des prix, plans de progrès). Ils préparent les Principales décisions en répondant à un questionnaire de préparation de l'appel d'offres.

Résumé fourni

- Template d'évaluation d'un fournisseur
- Définition d'un fournisseur référent sur un marché
- Le plan d'actions stratégique sur le marché : le lien avec la stratégie « achats »
- En aval de l'étude de marché
- Conséquences sur les coûts et la relation fournisseurs. Comment faire les bons choix ?

Jour 3

Les forces et faiblesses des fournisseurs a priori : implication sur le plan d'action

Objectifs : savoir identifier les forces et faiblesses d'un fournisseur. Déterminer le plan d'action associé sur le projet.

Cas pratique 2 : le SWOT fournisseur : sur la base d'un cas, les stagiaires apprivoisent la grille SWOT (forces faiblesses opportunités menaces) et déterminent le plan d'action

Résumés :

- Le template d'évaluation des fournisseurs
- L'impact de cette évaluation sur les projets.

La relation avec le fournisseur en amont du projet (3h)

Objectif : Apprendre à Tenir compte de l'étude de marché et des informations pour amender un projet.

Cas pratique : « identifier les projets et les contraintes du projet ».

Modalités : travail en groupe : Il est donné 2 CCTP à 2 groupes de stagiaires qui vont rencontrer le fournisseur de référence. Les deux groupes préparent la rencontre. La rencontre se fait avec le fournisseur (le formateur) et les stagiaires. A l'issue, ils revoient le CCTP et le SWOT fournisseur en fonction des réponses apportées.

Résumés expliqués et fournis :

- comment traiter les fournisseurs référents dans le cadre des marchés publics ? (égalité de traitement..)
- Les trouver, les analyser.
- Appliquer correctement l'article 4 du code.
- Amender les analyses globales par des approches fournisseurs individualisées.

Bilan, Tour de Table. Evaluation à chaud.

Conditions commerciales :

Prix en intra :

- 1050 euros par jour plus frais de déplacement (pas de TVA)
- Remise de 1,5% par mois entier pour toute planification à l'avance avec un maximum de 10%, dès le contrat signé.
- Décalage possible jusque J-15. Paiement 100% pour toute annulation après J-15.

Prix en inter-entreprise :

- Si la date n'est pas encore fixée :
 - 490 euros par jour pour 1 personne. (pas de TVA)
 - 740 euros par jour pour 2 personnes (pas de TVA).

Vous choisissez la date avec nous, et vous bénéficiez de **3 avantages** « first customer » :

1. Remise de 3% par mois entier pour toute planification à l'avance avec un maximum de 10%, dès le contrat signé.
 2. S'il y a d'autres inscrits à cette formation, vous bénéficiez de 10% de réduction supplémentaire pour tout stagiaire supplémentaire, jusque 30% maximum. Décalage impossible.
 3. Si votre entreprise est la seule à s'inscrire à ces dates à j-15, la formation se fait dans vos locaux, au même prix si vous prenez en charge les frais de déplacement du formateur. Décalage possible jusque J-15. Paiement 100% pour toute annulation après J-15
- Si la date est déjà fixée :
 - 400 euros par jour par personne, prix ferme, non remisable. Paiement 100% pour toute annulation après J-15. (pas de TVA)

Dates prévues en inter :

Dates non prévues en inter. Choisissez la date avec nous, et vous bénéficiez de **3 avantages** « first customer » :

Commercialisation aussi par :

Ce stage est également commercialisé en version 3 jours par l'IGPDE du 24/04/2017 au 26/04/2017 « études de marché igpde » dans votre moteur de recherche.

Révision janvier 2017