

De la pression sur les prix à un impact commercial mesurable...

10 leviers pour la performance achats

Négocier à l'instinct coûte de la marge. Construisez une position étayée grâce à une compréhension des coûts, des informations de marché, des spécifications précises et un mandat interne – et pilotez le résultat plutôt que la remise.

- > Vous traduisez les modèles de coûts, le TCO, les benchmarks et les informations de marché en discussions fournisseurs plus solides.
- > Vous remettez en question les besoins internes et les spécifications avant l'offre – vous ne corrigez pas trop tard.
- > Vous développez une force de frappe commerciale grâce aux supplier progress meetings, aux monnaies d'échange et à une ligne interne unique vis-à-vis du fournisseur.

Sous la direction experte de :

Florence Verschraegen
Conseillère Expérimentée
SOLVINT SUPPLY MANAGEMENT



Pourquoi ce programme ?

CELA VOUS SEMBLE FAMILIER ? LE CAS DE SOPHIE

Sophie De Smet, responsable achats dans une organisation de foodservice de taille moyenne, a déjà clairement professionnalisé son approche ces dernières années. Elle travaille avec des analyses des dépenses, mène des discussions fournisseurs récurrentes et utilise des modèles standard pour les demandes d'offre. En interne aussi, elle essaie d'impliquer les métiers plus tôt dans les dossiers importants.

Pourtant, elle se heurte de plus en plus souvent à des blocages. Lors des hausses de prix, la discussion reste trop générale. Les fournisseurs renvoient aux indices et à la pression du marché, mais en interne, la compréhension des coûts manque pour évaluer ces arguments avec précision. Dans le même temps, les départements arrivent avec des spécifications détaillées qui laissent peu de place aux alternatives.

Elle a essayé d'amener les fournisseurs à réfléchir plus activement via des quarterly business reviews. Mais ces discussions restent axées sur le reporting plutôt que sur l'amélioration. On y aborde beaucoup de sujets, mais trop peu de choses avancent. La relation est correcte, mais pas suffisamment stimulante.

Le vrai défi est plus profond : Sophie n'a pas seulement besoin de meilleurs arguments, mais d'un rôle de pilotage plus fort. Elle doit comprendre la logique des coûts, oser remettre plus clairement en question les besoins internes, donner davantage de rythme aux fournisseurs et faire parler son organisation d'une seule voix en tant que client.

Pour Sophie, cette formation arrive au bon moment. Non pas comme formation de base aux achats, mais comme accélérateur qui transforme son expérience existante en impact commercial accru, en mandat plus fort et en résultats achats plus concrets.

LA PRESSION SUR LES PRIX N'EST PAS UNE STRATÉGIE ACHATS

De nombreux acheteurs se voient confier la mission de négocier de meilleurs prix. Mais celui qui ne vise que des remises laisse de côté la plus grande partie de la valeur. Le véritable impact achats se crée plus tôt :

dans la compréhension des coûts, la remise en question des spécifications, l'exploration d'alternatives et la construction d'un mandat interne.

VOTRE FOURNISSEUR REPÈRE VOTRE FAIBLESSE PLUS VITE QUE VOUS NE LE PENSEZ.

Si vous arrivez à la table sans benchmark, sans réflexion TCO, sans visibilité sur les facteurs de coûts ou sans ligne interne claire, un fournisseur le remarque immédiatement. La discussion glisse alors vers les positions, les exceptions et les excuses. Non pas parce que le fournisseur est plus fort, mais parce que votre position n'est pas suffisamment étayée.

LA MARGE, LE CASH ET LA CONTINUITÉ SONT SOUS PRESSION.

La hausse des coûts, les marchés fournisseurs tendus, les spécifications plus complexes et les divisions internes rendent les achats plus stratégiques que jamais. Celui qui réagit trop tard ne paie pas seulement un prix plus élevé. Vous perdez de la marge de négociation, de la flexibilité, de la fiabilité de livraison et de la crédibilité auprès des parties prenantes internes.

D'ACTIONS ISOLÉES À UNE APPROCHE ORIENTÉE RÉSULTAT.

Au cours de cette journée, vous travaillez avec dix leviers concrets pour mieux maîtriser les dossiers d'achat, les relations fournisseurs et la prise de décision interne. Vous ne regardez pas uniquement la négociation elle-même, mais tout ce qui détermine le résultat : compréhension des coûts, connaissance du marché, spécifications, dynamique fournisseurs, monnaies d'échange et alliances avec les parties prenantes.

PLUS FORT AVANT, PENDANT ET APRÈS CHAQUE DISCUSSION FOURNISSEUR.

Vous repartez avec un cadre plus précis pour évaluer les demandes d'achat, piloter plus activement les fournisseurs et créer de la valeur au-delà du prix. Pour votre organisation, cela signifie : de meilleures décisions commerciales, moins de dispersion, plus d'impact sur la marge et un rôle achats plus professionnel vis-à-vis des métiers et des fournisseurs.

Une interactivité accrue

Les participants se voient offrir de multiples occasions de soumettre leur propre problématique au débat. Pour ce faire, nous demandons à recevoir au préalable un descriptif succinct du problème à formuler.

En procédant de la sorte, nous pouvons intégralement adapter le cours en fonction de vos propres besoins d'informations. À cette fin, il vous est possible de contacter à tout moment Dirk Spillebeen au numéro de téléphone **+32 10 20 89 90** – E-mail: **dirk@ifbd.be**.



Faites le test

Cinq questions. Répondez honnêtement.

- > Étapez-vous vos discussions fournisseurs avec des modèles de coûts, le TCO, des benchmarks ou des indices – ou la discussion reste-t-elle bloquée dans une pression générale sur les prix ?
- > Remettez-vous en question les spécifications internes avant qu'elles ne partent sur le marché – ou achetez-vous régulièrement des solutions trop complexes, trop chères ou trop limitées ?
- > Mettez-vous activement les fournisseurs en mouvement avec du rythme, des progress meetings et une pression d'amélioration – ou attendez-vous qu'ils viennent eux-mêmes avec des propositions ?
- > Utilisez-vous des monnaies d'échange comme le volume, la durée, les prévisions, le paiement, la logistique ou la réduction de complexité – ou demandez-vous surtout une remise ?
- > Alignez-vous les parties prenantes internes avant de négocier – ou vos collègues envoient-ils involontairement des signaux différents au fournisseur ?

Vous hésitez sur deux de ces questions ou plus ? Dans ce cas, la performance achats n'est plus un thème que vous pouvez aborder à l'intuition – et vous ne pouvez pas manquer ce programme.

Ce que vous emportez concrètement

- > Un cadre pratique pour construire votre position argumentaire par dossier d'achat.
- > Un check TCO et facteurs de coûts pour discuter plus précisément de la logique de prix.
- > Une checklist pour examiner les spécifications internes de manière plus critique et davantage orientée marché.
- > Un scan de l'amont fournisseur pour repérer plus rapidement les dépendances, les goulets d'étranglement et les coûts cachés.
- > Un format pour des supplier progress meetings qui vont au-delà des QBR classiques.
- > Une matrice des monnaies d'échange pour identifier systématiquement la valeur au-delà du prix.
- > Une checklist des parties prenantes et du mandat pour mieux aligner l'interne.
- > Une traduction concrète des enseignements vers votre propre cas achats que vous aurez apporté.

Le formateur



Florence Verschraegen est conseillère expérimentée en achats chez Solvint Supply Management, où elle est également Team Guide Procurement depuis début 2024 et formatrice au sein de l'Open Academy. Avec près de dix ans d'expérience, elle connaît le métier depuis la base : elle a commencé comme sourcing and procurement analyst et a évolué vers des fonctions de strategic sourcing manager et de senior buyer.

Elle a accompagné des clients dans le retail (Ahold Delhaize, Xenos), l'automotive (D'Ieteren), les soins de santé (ZNA) et surtout l'industrie alimentaire (Farm Frites, Milcobel, Valio, PB Leiner). Elle maîtrise ainsi aussi bien les achats indirects – RH, services facilitaires, utilities et flux de déchets – que les achats directs, avec des catégories comme les ingrédients et les huiles. Chez Ahold Delhaize, en tant que European strategic sourcing manager, elle a piloté les dépenses indirectes couvrant corporate services, facility et utilities ; chez D'Ieteren, elle a travaillé comme senior buyer indirects.

Les achats stratégiques, le category management et la négociation sont au cœur de son expertise. En tant que formatrice multilingue, elle les transmet avec conviction – et sait mieux que quiconque traduire la théorie dans la pratique quotidienne d'un acheteur débutant.

Programme du cours

Les participants apportent de préférence leur propre défi achats : un fournisseur qui évolue trop peu, une catégorie de coûts en hausse, une spécification difficile, une discussion de prix, un contrat qui produit trop peu de valeur ou un problème interne de parties prenantes. Tout au long de la journée, le formateur traduit les enseignements vers des situations concrètes issues du groupe.

MODULE 1 – BÂTISSEZ VOTRE POSITION ARGUMENTAIRE AVANT DE NÉGOCIER

Les acheteurs solides ne viennent pas à la table avec de simples intuitions. Ils construisent une position étayée grâce à la compréhension des coûts, aux informations de marché, aux benchmarks et aux signaux issus de leur réseau. Non pas pour tout démontrer mathématiquement, mais pour rendre la discussion plus précise, plus factuelle et plus crédible.

- ◆ Les modèles de coûts et la réflexion TCO comme supports de discussion.
- ◆ Utiliser les benchmarks et les réseaux de collègues acheteurs pour tester les hypothèses.
- ◆ Traduire les informations de marché et de coûts en arguments de négociation.
- ◆ Mieux reconnaître les facteurs de coûts et la logique de prix.

Bénéfice pratique : vous savez comment préparer une discussion fournisseur sur la base de faits plutôt que de suppositions.

MODULE 2 – GAGNEZ AVANT MÊME DE RECEVOIR L'OFFRE

Une grande partie de la performance achats se perd avant même que le fournisseur ne remette son prix. Celui qui accepte trop vite le besoin interne achète parfois une solution inutilement complexe, trop chère ou trop limitée. Dans ce module, vous rendez la demande d'achat plus précise avant qu'elle ne parte sur le marché.

- ◆ Remettre en question les besoins internes sans freiner les métiers.
- ◆ Optimiser les spécifications et repérer la complexité inutile.
- ◆ Utiliser l'analyse de l'amont fournisseur pour regarder au-delà du fournisseur direct.
- ◆ Mettre au jour les coûts cachés, les dépendances et les goulets d'étranglement.

Bénéfice pratique : vous créez davantage de marge de manœuvre commerciale avant le début de la négociation du prix.

MODULE 3 – METTEZ LES FOURNISSEURS EN MOUVEMENT

Les fournisseurs s'améliorent rarement d'eux-mêmes. Vous avez besoin d'un rythme, d'une communication professionnelle et d'une dynamique commerciale pour imposer des progrès sans détériorer la relation. L'accent se déplace du reporting vers l'amélioration.

- ◆ Créer une dynamique fournisseurs avec un suivi clair.
- ◆ Passer de la QBR classique à la supplier progress meeting.
- ◆ Organiser une pression d'amélioration continue sans rupture de la relation.
- ◆ Utiliser le SRM comme moteur de résultat.

Bénéfice pratique : vous pilotez les fournisseurs plus activement sur la progression, pas seulement sur les performances passées.

Timing

08.30 Accueil - café
09.00 Début du cours
(présentation du formateur)
12.30 Déjeuner
17.00 Fin du cours

Le matin et l'après-midi, une courte pause(-café) est prévue.

Programme du cours

MODULE 4 – CRÉEZ DE LA VALEUR AVEC TOUS LES LEVIERS

Le prix n'est qu'un levier. Les achats disposent souvent de plus de monnaies d'échange qu'ils n'en utilisent : volume, durée, prévisions, logistique, paiement, complexité, introductions et sécurité. Dans ce module, vous élargissez votre regard sur la création de valeur.

- ◆ Identifier la valeur au-delà du prix.
- ◆ Positionner votre organisation de manière plus attractive auprès des fournisseurs.
- ◆ Reconnaître, structurer et utiliser les monnaies d'échange.
- ◆ Négocier avec plus que de simples remises.

Bénéfice pratique : vous élargissez votre marge de négociation en mettant davantage de variables sur la table.

MODULE 5 – FAITES PARLER L'ENTREPRISE COMME UN SEUL CLIENT

Un fournisseur ne négocie pas uniquement avec les achats. Il voit aussi ce que les opérations, la finance, le management et les clients internes disent ou font. Lorsque ces signaux divergent, les achats perdent en force de frappe. Dans ce module, vous renforcez votre position interne.

- ◆ Construire des alliances avec les parties prenantes.
- ◆ Renforcer le mandat interne avant la discussion fournisseur.
- ◆ Créer une ligne unique vis-à-vis du fournisseur.
- ◆ Faire en sorte que les accords produisent davantage d'effet dans l'organisation.

Bénéfice pratique : vous évitez que les divisions internes affaiblissent votre position de négociation externe.



La transformation de ce programme en un coup d'œil

Votre situation actuelle...	Votre situation après cette journée...
Vous menez souvent des discussions de prix sur la base d'arguments de marché généraux.	Vous utilisez les modèles de coûts, le TCO et les informations de marché comme base de négociation.
Vous acceptez parfois trop vite les spécifications internes.	Vous remettez en question les demandes d'achat avant qu'elles ne deviennent inutilement coûteuses ou complexes.
Les discussions fournisseurs restent trop souvent axées sur le reporting.	Vous pilotez les fournisseurs avec des progress meetings et une pression d'amélioration concrète.
Vous négociez surtout sur les remises.	Vous utilisez des monnaies d'échange comme le volume, la durée, les prévisions, la logistique et le paiement.
Les parties prenantes internes envoient parfois des signaux différents aux fournisseurs.	Vous renforcez le mandat et faites parler l'entreprise d'une seule voix en tant que client.
Les achats sont vus comme l'exécutant des demandes d'achat.	Les achats prennent le pilotage de la marge, du cash, de la continuité et de l'impact fournisseurs.

10 leviers pour la performance achats

2027

> **Date & lieu du cours** : veuillez visiter notre site www.ifbd.be

> **Frais de participation** : € 795 (hors TVA)

>>> INSCRIPTION

Par e-mail :
info@ifbd.be



[cliquer ici](#)

Par notre site :
ifbd.be



[cliquer ici](#)

Par code **QR** :



Téléphone :
00 32 10 20 89 90



Pour plus d'informations
sur votre inscription...

>>> INFORMATIONS PRATIQUE

Les frais de participation à cette journée de cours s'élèvent à **€ 795 hors 21 % TVA**. Par participant supplémentaire, vous bénéficierez de **5% de réduction** sur le montant total, avec une **réduction maximale de 20% (= 5 participants ou plus)**. Ce montant comprend les boissons chaudes/froides et un lunch copieux. Vous recevrez en outre un **précieux dossier documentaire** que vous pourrez consulter ultérieurement comme ouvrage de référence.

Après réception de votre inscription, nous vous faisons parvenir **une confirmation d'inscription** ainsi qu'une facture. Deux semaines avant la date du cours, vous recevez **une lettre de rappel**, ainsi qu'un plan descriptif pour vous rendre à l'hôtel.

Annulation

Nous comprenons parfaitement que d'autres priorités puissent survenir entre le moment de votre inscription et la date du cours. Dès lors, si nous pouvons enregistrer votre annulation écrite **deux semaines avant la date du cours**, seul un montant de 95 euros vous sera porté en compte. **Moins de deux semaines avant le cours**, vous nous serez redevable de l'intégralité de la somme due. Bien entendu, nous serons toujours enchantés d'accueillir l'un de vos collègues à votre place.

HÉBERGEMENT À L'HÔTEL

Un hébergement sur place est possible, ainsi vous pouvez entamer et/ou finir la formation de manière détendue.

Vous pouvez réserver une chambre d'hôtel sur le site suivant : www.martinshotels.com/fr/hotel/chateau-du-lac.

BASE DE DONNÉES DE L'IFBD & GDPR

Nous souhaitons vous tenir informé des dernières évolutions dans votre secteur. Pour ce faire, nous avons enregistré vos données dans notre base de données. Vos informations sont destinées à notre propre usage, sont protégées et ne sont jamais communiquées à des tiers. Nous prenons toutes les mesures nécessaires à cet effet. Conformément au GDPR, vous avez à tout moment le droit de consulter vos données, de les faire corriger et de les faire supprimer. Pour en savoir plus, consultez notre page www.ifbd.be/fr/GDPR ou écrivez à DPO@ifbd.be.

TERMES & CONDITIONS

Consultez notre page www.ifbd.be/fr/qui-sommes-nous/informations-pratiques pour toutes nos modalités.