

Etude de marchés et sourcing

3 JOURS (Code 7477)

Contenu détaillé

L'étude de marché dans le processus achat

- définitions et vocabulaire
- les attendus d'une étude de marché
- différence entre étude de marché et recherches de fournisseurs
- différences entre étude de marchés et marketing opérationnel

Les techniques des études de marchés

- où collecter les informations pertinentes
- la technique des Forces de Porter
- le AFOM (Atouts – Faiblesses – Opportunités – Menaces) marché
- la technique du « W »

Etude d'un document type

- comment faire le lien entre étude de marché et cahier des charges
- analyse de trois études de marchés
- identifier les sources des études de marché (internet, presse, salons, ...)

Rédaction en groupe d'une étude de marché

- comment traduire vos résultats d'évaluation en risques identifiés
- conséquences sur les coûts et la relation fournisseurs. Comment faire les bons choix
- définition d'un fournisseur référent sur un marché. Comment traiter les fournisseurs référents dans le cadre des marchés publics (égalité de traitement, ...)
- les trouver, les analyser
- les grilles d'analyse classiques des fournisseurs référents
- les stratégies croisées entre fournisseurs référents et clients
- cas des marchés publics. Que faire de ces études préalables dans le cadre des marchés publics
- la phase 4 du sourcing : « Présenter le projet et ses exigences » : comment optimiser le cahier des charges en amont de la consultation sans bousculer l'égalité de traitement ?

Quand arrêter les études de marché

Le cycle de maturité de l'amont de l'achat