



## A. LA PROCEDURE DE REFERENCEMENT DES FOURNISSEURS

**Objectif :** optimiser le processus de sélection des fournisseurs pour rationaliser les achats.

### 1 Définir les besoins

#### I. La demande d'achat

- S'adresser à l'ensemble des utilisateurs pour **définir les besoins en achat**.
- Conception d'un document « **demande d'achat** »

#### II. Le cahier des charges

Le fournisseur y trouve toutes les caractéristiques des produits à acheter.

- Défini par un employé compétent et validé par le chef d'entreprise
- Les caractéristiques à notifier :
  - ✓ Opérationnelles
  - ✓ Techniques
  - ✓ Commerciales



### 2 Prospecter les fournisseurs

L'AG doit prospecter pour trouver des fournisseurs. Les recherches peuvent être faites à partir des ressources suivantes :

- Fichiers des fournisseurs déjà référencés dans l'entreprise
- Internet
- Pages Jaunes
- Bottins professionnels (Kompass...)
- Sources documentaires (INSEE...)
- Salons professionnels
- Appels d'offres privés





### 3 Définir les critères d'évaluation des fournisseurs

L'AG doit pouvoir comparer les fournisseurs avec des critères :

- La qualité proposée
- Respect des normes
- Quantités disponibles
- Délais
- Tarifs
- Modalités de paiement
- Conditions de livraison
- Garanties
- Certifications
- SAV



### 4 Sélectionner les fournisseurs

L'AG demande des devis et les met en concurrence. Parfois les fournisseurs doivent négocier et réviser leurs conditions afin de remporter un contrat.

Pour prendre une décision l'AG doit faire des comparaisons à partir d'un tableau d'évaluation des fournisseurs.

	Fournisseur 1	Fournisseur 2	Fournisseur 3
Qualité			
Prix			
Délais de règlement			
Délais de livraison			
...			
Choix du fournisseur et justification			





Carine WALCH – Cours N°11

**BTS AG1 – RCF**

**Rechercher des fournisseurs pour référencement**

### **5 Evaluer les performances des fournisseurs sélectionnés**

Après livraison de la marchandise, l'AG doit évaluer son choix de référencement en vérifiant si tous les critères de sélection tels qu'ils étaient définis dans la demande d'achat ont été respectés.

Attribution de scores aux fournisseurs

**But = tisser un partenariat durable avec les fournisseurs et détecter les fournisseurs à risque.**



5



Carine WALCH – Cours N°11

**BTS AG1 – RCF**

**Rechercher des fournisseurs pour référencement**

## **B. LA STRATEGIE DE REFERENCEMENT DES FOURNISSEURS**

La PME doit se différencier des concurrents et avoir une bonne image auprès de sa clientèle. Les fournisseurs peuvent venir de pays émergents.

### **1 La stratégie de référencement**

**But = créer de la valeur avant même le processus de production.**

#### **I. Réaliser des économies de coût d'achat**

- Le rapport qualité/prix doit être satisfaisant
- Le sourcing (sourcing) : permet de réduire le coût des achats en automatisant la procédure des approvisionnements.  
Il permet de trouver des produits qui maximisent les besoins, rapidement

#### **II. Gérer les achats d'investissement**

L'AG doit être attentif à la capacité d'autofinancement de la PME, en gérant au mieux les stocks.



6



Carine WALCH – Cours N°11

**BTS AG1 – RCF**

**Rechercher des fournisseurs pour référencement**

## **B. LA STRATEGIE DE REFERENCEMENT DES FOURNISSEURS**

### **1 La stratégie de référencement**

#### **III. Surveiller les fournisseurs**

- Écouter le marché amont : être attentif à l'évolution de l'offre des fournisseurs, aux innovations, évolutions technologiques.
- Anticiper les risques marché :
  - Instabilité du pays : risque « pays »
  - Instabilité financière
  - Instabilité économique

#### **2. La gestion des relations fournisseurs (Supplier Relationship Management)**

Opérations prises dans leur globalité entre la PME et ses fournisseurs.

**But = Augmenter la rentabilité en réduisant les coûts d'achat et réaliser des économies.**



7



Carine WALCH – Cours N°11

**BTS AG1 – RCF**

**Rechercher des fournisseurs pour référencement**

## **B. LA STRATEGIE DE REFERENCEMENT DES FOURNISSEURS**

### **1. La gestion des relations fournisseurs (Supplier Relationship Management)**

- Partenariat avec les fournisseurs : échange de données informatisées, collaboration accrue
- Diffusion de l'information : la coopération devient la règle. La régularité des achats améliore la performance des partenaires dans le rapport qualité / prix et améliore la disponibilité des produits.
  - ✓ RFI
  - ✓ RFQ

#### **2. Le contrôle des objectifs**

- Mesurer la performance des processus



8