

Comment transformer vos pratiques pour répondre aux enjeux de performance de la fonction Achats ?

Nos convictions

Dans un environnement économique de plus en plus complexe et contraint, tout s'accélère et la Fonction Achat se retrouve en première ligne et au carrefour de bien des attentes :

- ▶ En externe : Elle est pressée de sécuriser la relation contractuelle et commerciale avec un écosystème de partenaires et de fournisseurs mouvant et croissant et ce, dans un contexte réglementaire exigeant. En même temps, elle se doit d'être à l'écoute de ses partenaires et prestataires mais également ouverte sur ses pairs aussi bien dans son secteur industriel que transversalement dans le monde des Achats.
- ▶ En interne : Elle est sommée d'améliorer l'expérience utilisateur en intégrant notamment les innovations digitales et en tenant compte de l'expérience de l'utilisateur final. Dans le même temps, elle se doit d'être ultra connectée, au plus près des métiers et des fonctions et de se réinventer au niveau des meilleures pratiques.

Confrontés à l'exigence de faire toujours plus de performance incrémentale d'un point de vue financier (activation de leviers complexes, mises en concurrence dynamique, référencements compétitifs...) et non financier (maîtrise des risques, prise en compte de la réglementation et des préoccupations environnementales et sociétales, simplification et digitalisation des processus, ...), les Acheteurs sont néanmoins contraints dans leurs moyens.

Comment résoudre cette équation paradoxale : Faire plus et mieux avec moins ?

La réponse réside dans la transformation du métier d'acheteur en « Acheteur augmenté ». Nous sommes convaincus que ce professionnel doit désormais se doter 2 attributs indispensables à sa performance : l'intelligence artificielle (IA) et l'intelligence collective (IC). La fonction d'Acheteur était jusqu'alors transactionnel et essentiellement centré sur la performance du triptyque coût-qualité-délaï au sein de son entreprise et de son industrie ; il devient un « spécialiste de la Relation Client-Fournisseur », proactif, transversal et expert. Il s'ouvre à l'ensemble de ses parties prenantes et de leurs propres contraintes, aussi bien en interne qu'en externe de son entreprise.

Dès lors, comment une Fonction Achats doit-elle choisir ses combats et ses priorités ?

Les missions confiées aux directions des Achats se multiplient : la priorité est consacrée autant à la maîtrise des risques qu'à la performance économique.

Dès lors, les problématiques opérationnelles et fonctionnelles sont nombreuses. En voilà quelques exemples : Comment gérer et anticiper les risques industriels et les risques d'image ? Comment s'assurer de la bonne prise en compte des problématiques réglementaires, des questions de responsabilités sociale, sociétale et environnementale ? Comment garantir la sécurité contractuelle tout au long de la vie du contrat ? Comment prendre sa place en matière d'intelligence économique (benchmarks, ...) et de gestion des connaissances (Category management, SRM, innovations co-construites...) ? Comment apporter une meilleure contribution à l'amélioration continue de l'efficacité opérationnelle de sa société mais aussi à la coopération de cette dernière avec son écosystème partenarial, ses fournisseurs et ses sous-traitants. ? Comment accroître la productivité » et l'efficacité opérationnelle de la Fonction Achat ? Comment améliorer la fiabilité et la qualité de service rendue par la Fonction aux utilisateurs comme aux fournisseurs ?

Les réponses sont spécifiques à chaque environnement, à chaque client, à chaque Culture. Pour autant, les dimensions à prendre en compte sont les mêmes pour tous, même si elles sont multiples : C'est une affaire d'organisation, de gouvernance et d'architecture du choix, de processus et d'expérience utilisateur, de compétences et d'outils.

- ▶ Opérationnellement, la Fonction Achats se doit donc de faire des choix : Elle doit définir des priorités, arbitrer entre le stratégique et la tactique, mutualiser ce qui ne constitue pas un avantage concurrentiel mais qui nécessite un traitement simple et efficient.

- ▶ Fonctionnellement, la fonction Achats se présente aujourd'hui comme un facilitateur au service des donneurs d'ordre et de leur contreparties fournisseurs. Son objet n'est pas tant de contraindre que de sécuriser, d'ouvrir le champ des possibles en offrant du choix et de la réactivité, de simplifier la vie des utilisateurs en leur donnant toujours plus de liberté et de facilité d'action.

La fonction Achat moderne est de plus en plus focalisée (en interne) sur l'essentiel (le stratégique, le critique, l'avantage compétitif) et assistée (en externe) sur ses multiples responsabilités et compétences périphériques (les achats communs, les achats généraux, les achats complexes mais non « core business », la RSE, le réglementaire, le digital et les SI, la data, ...).

C'est pourquoi nous proposons de vous aider dans cette transformation fondamentale de vos missions et de vos organisations. Depuis 1999, nous accompagnons nos clients au quotidien, de façon spécifique (missions de conseil) ou de manière récurrente (plateaux de services) dans l'optimisation de votre efficacité opérationnelle et dans la construction de vos achats de demain, dans des conditions de performance et de coût optimisées car fondées sur une envie de militer avec vous pour une économie du partage. Nous croyons davantage en la coopération qu'en la confrontation. L'efficacité est désormais la résultante d'un subtil équilibre entre mise en compétition et approches partenariales.

Notre métier est de vous éclairer et de vous accompagner structurellement et durablement pour :

- ▶ Trouver au quotidien l'optimum de votre performance dans un équilibre positif, constructif et responsable pour l'ensemble de vos parties prenantes
- ▶ Réinventer avec vous le modèle opératoire pertinent pour vos métiers, vos fonctions et vos pairs
- ▶ Construire l'écosystème le plus sûr possible à un coût maîtrisé et éventuellement mutualisé
- ▶ Renforcer la visibilité et l'attractivité de la Fonction en interne comme en externe.

Partageons nos convictions, nos connaissances et nos expériences.

Co-construisons ensemble les solutions permettant à votre entreprise de fournir avec modernité la meilleure des expériences utilisateur à chacune de vos parties prenantes.

Colombus Consulting	
Adresse (siège social)	138, av. des Champs-Élysées - 75008 Paris
Site Web	www.colombus-consulting.com
Nom, prénom et fonction de l'interlocuteur	Elsa Cuisinier , Directrice générale Mobile : +33 (0)6 63 06 53 27 Mail : cuisinier@colombus-consulting.com
Structure juridique	Société par Actions Simplifiée
Code APE	7022 Z
Numéro de SIRET	422 993 154 00067
Numéro de registre du commerce	RCS Paris B 422 993 154
Capital social	199 918.50 €