

Effectuer des achats internationaux

Date et durée
Code formation : ACHA-005-FR Durée : 3 jours Nombre d'heures : 21 heures
Description
Acheter à l'étranger est devenu une nécessité pour l'entreprise contemporaine si elle veut continuer à rester compétitive au sein d'une économie mondialisée. En effet, développer ses achats à l'étranger est désormais un axe majeur de toute politique de réduction des coûts. Mais acheter à l'étranger requiert une stratégie, des méthodes et des compétences spécifiques mais également une prise en compte des risques. Cette formation permettra aux participants de maîtriser l'ensemble des méthodes nécessaires pour évoluer aisément dans les achats internationaux.
Objectifs
<ul style="list-style-type: none">• Connaître les spécificités des achats internationaux : sourcing, environnement juridique, douane, transport, incoterms, etc...• Identifier les risques liés à ce type d'achat : risques qualité, logistique, financier, monétaire, juridique, environnemental, climatique, géopolitique et en terme d'image.• Intégrer la dimension multiculturelle dans l'approche fournisseur• Quels méthodes et outils pour les achats internationaux
Modalités d'évaluation
Quiz / QCM
Pré-requis
Maîtriser les fondamentaux des Achats
Public
Acheteurs, Responsables d'un service Achats ou toute personne amenée à faire des achats à l'international
Programme
1 -STRATEGIE DE L'ACHAT A L'INTERNATIONAL <ul style="list-style-type: none">• Enjeux• Raisons• Freins• Préparer l'entreprise aux achats internationaux

2 - LES INCOTERMS

- Définition
- Rôle
- Intérêt
- Règle non exclusive
- Les différents incoterms

3 - GESTION PREVISIONNELLE DES RISQUES

- Risques qualité
- Risques logistiques
- Risques financiers
- Risques monétaires

4 - PROCESSUS DE PROSPECTION

- Périmètres des échanges
- Base de données
- Sources d'informations à exploitées

5 - METHODES D'ACHATS A L'ETRANGER

- Prospector le marché et évaluer les fournisseurs
- Prendre en compte les données importantes

6 - PROBLEMES JURIDIQUES SPECIFIQUES

- Le contrat International
- L'offre
- L'acceptation

7 - EVOLUTION DE LA FONCTION DE L'ACHETEUR

8 - CONCLUSION