

CASE STUDY

LES ACHATS INDIRECTS

Economiser 30% sur les achats indirects,
c'est encore possible !



CONTEXTE ET CHALLENGES

Un leader européen des médias lance un plan d'économies piloté par les Achats pour réduire ses coûts de l'ordre de 10 %. Très fragmentés et peu lisibles, les Achats Indirects représentent environ 15% des dépenses du Groupe.

Nos objectifs:

- Construire une cartographie claire des Achats Indirects en mettant le focus sur les gisements les plus accessibles
- Accompagner opérationnellement les Achats dans la définition et la mise en œuvre des actions de réduction de coûts
- Renforcer l'organisation Achats par un transfert de compétences et d'expertise

APPROCHE ET MÉTHODOLOGIE

En associant consultants experts en Achats fortement orientés résultats et équipes internes, nous avons réussi à dresser rapidement une cartographie exhaustive et documentée des Achats Indirects en améliorant fortement la maturité de l'entreprise sur ces familles (connaissance du marché, des fournisseurs et des leviers associés).

La task force a réussi à faire converger les différentes parties prenantes sur des actions « innovantes » permettant d'atteindre des objectifs de gains ambitieux auprès de fournisseurs en position de force. Nos consultants ont accompagné les équipes client dans la mise en œuvre concrète des actions en s'engageant sur les résultats.

RÉSULTATS

Plus de 30% d'économies obtenues sur 5 familles de dépenses pilotes : taxis, coursiers, affranchissement, marketing et transport express.

Renforcement de la compétence Achats interne par la montée en puissance de l'équipe d'acheteurs à la fois sur la compréhension des marchés et sur la typologie de leviers à mettre en œuvre.

Crédibilisation des Achats auprès des prescripteurs.