

Êtes-vous un Manager Achat vraiment **communicant** ?



Par **Olivier Wajnszok**,
Directeur Associé, AgileBuyer

Peut-on vraiment maîtriser le « savoir-faire » Achats sans maîtriser le « faire-savoir » ? Rien n'est moins sûr dans le monde où la communication est le nerf de la guerre. Et bien savoir communiquer n'est pas seulement savoir présenter avec aisance un PowerPoint animé. En quelques questions très simples, notre test permettra de vous positionner et de savoir où vous en êtes sur vos capacités à communiquer.

Dans la course à la reconnaissance, les services Achats se sont mis à la communication tous azimuts. Incontestablement, la communication est une des clés de la reconnaissance des acteurs de la chaîne Achats. Reste que beaucoup communiquer peut être la pire des communications si l'on ne touche pas la bonne cible, au bon moment et par le bon moyen. Rien de pire qu'une longue note dans une entreprise qui affectionne un mode de communication oral. Faire parvenir la juste information dans l'oreille visée n'est pas toujours une tâche facile.

Entre ce que l'on cherche à exprimer, ce que l'on parvient à exprimer et ce qui est compris, la communication tient parfois plus du « téléphone arabe » que de la photocopie. Combien de P-DG connaissent les gains réalisés ce mois-ci par leur service Achats ? Combien de services Achats affichent leurs indicateurs sur des panneaux à la vue de tous les services ? En 2017, s'ils veulent être reconnus, les managers Achats devront être plus communicants que jamais.

LES HOMMES

1 Lors d'un entretien d'embauche, y compris pour un stagiaire, remettez-vous **systématiquement** un document personnalisé présentant l'entreprise et/ou le poste à chaque candidat ?

Oui / Non

2 Lors des formations Achats, les objectifs, missions ou réalisations des Achats de votre entreprise sont-ils **systématiquement** rappelés ?

Oui / Non

3 Intervenez-vous au moins une fois par an dans une école d'Achats pour faire connaître et reconnaître votre entreprise et son service Achats auprès des jeunes diplômés ?

Oui / Non

4 Pour chaque acteur du service, existe-t-il une fiche de description de poste partagée avec les ressources humaines ?

Oui / Non

IDENTITES ET RESEAUX ACHAT

5 Avez-vous une newsletter Achats qui présente les nouveaux venus, l'avancement des grands projets et les nouvelles de la communauté Achats lors de l'entreprise ?

Oui / Non

6 Le journal interne de votre entreprise a-t-il parlé des actions Achats lors des six derniers mois ?

Oui / Non

7 Tenez-vous une réunion au moins hebdomadaire de partage d'information réunissant votre équipe Achats ?

Oui / Non

8 Disposez-vous d'un intranet Achats ou d'une base Achats partagée de knowledge management ?

Oui / Non

9 Un «team building» Achats s'est-il déroulé lors des douze derniers mois?

Oui / Non

10 Les acheteurs de votre service sont-ils convaincus de l'intérêt d'une bonne communication avec les interlocuteurs internes? Y sont-ils coachés ou entraînés?

Oui / Non

11 Une «bible» ou une «charte» Achats ont-elles été éditées?

Oui / Non

LES FOURNISSEURS

12 Les fournisseurs, qui représentent 80% de votre chiffre d'affaires, reçoivent-ils systématiquement les dépêches de presse ou les communications publiques émises par votre société?

Oui / Non

13 A vos principaux fournisseurs, communiquez-vous par écrit, sous format électronique ou papier, leurs performances au moins tous les trimestres?

Oui / Non

14 Lors d'une première rencontre avec un fournisseur, lui délivrez-vous systématiquement un document présentant l'entreprise et ses Achats?

Oui / Non

15 Avez-vous un site web présentant vos Achats à destination de vos fournisseurs?

Oui / Non

16 Décernez-vous des «prix» à vos meilleurs fournisseurs?

Oui / Non

17 Avez-vous présenté vos vœux 2017 à tous vos principaux fournisseurs?

Oui / Non

L'ETAGE DU DESSUS

18 Le patron des Achats de votre entité présente-t-il ses avancements et résultats au patron de l'entité au moins tous les deux mois?

Oui / Non





19 Avez-vous formellement validé que les indicateurs que vous remontez sont vraiment compris par votre hiérarchie ?

Oui / Non

CEUX QUI NOUS ENTOURENT

20 Vos interlocuteurs internes connaissent-ils bien le périmètre d'intervention des Achats (par exemple l'existence d'une procédure) ?

Oui / Non

21 Les principaux objectifs annuels du service Achats sont-ils diffusés dans l'entreprise ?

Oui / Non

22 Affichez-vous quelques indicateurs et informations Achats sur des panneaux à la vue des autres services ?

Oui / Non

23 Publiez-vous des indicateurs à période régulière (au moins six fois par an) ?

Oui / Non

24 Lors de l'arrivée d'un nouvel élément dans le service Achats ou d'une promotion, une note de nomination est-elle systématiquement envoyée à tous les principaux services ?

Oui / Non

25 Avez-vous créé au moins quatre « événements » Achats cette année ? Entrent dans cette catégorie une « convention fournisseurs », le « spectacle » d'une enchères en ligne partagée avec d'autres services, la présentation à tout le comité de direction de la stratégie Achats pour l'année ou le semestre, une rencontre entre le plus haut niveau de votre hiérarchie et le plus haut niveau de hiérarchie de votre fournisseur (hors réunion de crise).

Oui / Non

26 Avez-vous créé un « Who's who » pour que chaque interlocuteur du service Achats sache à qui s'adresser pour chaque typologie de questions et de problèmes (Achats hors production, de production, qualité, livraison, etc.) ?

Oui / Non

27 Le dernier projet informatique aux Achats avait-il un nom original et dont on se souvient facilement ?

Oui / Non

28 Avez-vous effectué une enquête de satisfaction interne sur les services et la valeur ajoutée offerts par le département Achats (si cela n'a pas encore été fait par le service de communication interne)?

Oui / Non

29 Le système informatique du service Achats est-il partagé et «en cohérence» avec ses interlocuteurs internes (marché fournisseurs, projets, contrats-cadres, etc.)?

Oui / Non

30 Partagez-vous des indicateurs avec d'autres services?

Oui / Non



L'EXTERNE

31 Les nominations du service Achats apparaissent-elle dans la presse professionnelle?

Oui / Non

32 Faites-vous partie d'une association d'acheteurs de premier plan?

Oui / Non

L'ESSENTIEL

33 Avez-vous un plan de communication formalisé?

Oui / Non

34 Avez-vous évalué votre communication actuelle?

Oui / Non

Les réponses

De 0 à 8 réponses positives :

Le grand débutant

Formidable! Vous pouvez progresser rapidement et dynamiser la communication de votre service Achats. Les idées ne manquent pas et cela doit vous plaire. Refaites ce test dans trois à six mois, vous serez passé dans la catégorie supérieure. A moins que vous ne pensiez que la communication n'est toujours pas un sujet important: dans ce cas, vous êtes une espèce en voie de disparition.

De 9 à 17 réponses positives

L'«espoir prometteur»

L'ossature est là, il ne manque plus que les muscles. Vous avez bien compris les bases d'une communication Achats efficace, il ne vous manque plus qu'à la développer. Et ce n'est sans doute pas l'envie qui vous en manque. Vous le savez, mieux communiquer vous permettra d'obtenir de meilleures performances dans vos actions Achats.

De 18 à 27 réponses positives

Le «pro»

Vous êtes un bon et faites partie de la race des professionnels du métier. La communication est un signe de maturité de la fonction Achats. Bravo ! Ne dit-on pas de quelqu'un pour qui tout se passe bien qu'il est « bien vu » ? Il ne vous reste que quelques petites améliorations pour briller au firmament de la profession.

De 28 à 32 réponses positives

Le «top»

Vous êtes un «best in class», comme disent les Anglais. Ou un premier de la classe, comme disent les maîtres d'écoles français. Les Achats doivent être connus et reconnus dans votre entreprise. Vous êtes de ceux qui donnent leurs lettres de noblesse à ce métier.

De 18 à 27 réponses positives

«Madame-monsieur plus»

Vous n'exagérez pas un peu? Cela ne vous servira pas. La communication n'est pas une fin en soi. La surcommunication vous guette. Et ne serait-elle pas plus néfaste que la sous-communication? Et même si vous êtes un «très bon», vous risquez d'énerver vos petits camarades.