

"Suggestion fournisseurs", l'autre façon de bien travailler avec ses fournisseurs

La "suggestion fournisseur" est une démarche collaborative permettant aux fournisseurs de proposer des axes d'amélioration à leurs clients, tant qualitatifs que quantitatifs. Ce processus s'appuie sur l'idée qu'un fournisseur détient l'expertise de son produit et/ou de son service, et est donc stratégiquement le mieux positionné pour innover.



L'auteur

Olivier Wajnszok est directeur associé du cabinet AgileBuyer, spécialisé dans les équipiers achats (acheteurs professionnels qui traitent des projets achats chez les clients), le conseil et le coaching d'acheteurs.

Le besoin constant d'amélioration de la productivité a profondément modifié le rapport entre acheteurs et fournisseurs. À ce titre, les pratiques collaboratives entre acheteurs et fournisseurs se développent plus rapidement. Comment mettre en place un programme de "suggestion fournisseurs" ?

Obtenir et implémenter

Afin de mettre en place un programme de suggestion fournisseurs, trois étapes sont nécessaires : obtenir des suggestions, les implémenter et les reporter.

La première va consister à "obtenir la suggestion". Afin que la démarche soit mise en place efficacement, l'implication et l'information des collaborateurs en amont du processus sont nécessaires. En effet, les collaborateurs concernés pourront plus facilement identifier les catégories d'achats (CAPEX, matières premières, services généraux...) et le type d'amélioration visé (coût, qualité, production, etc.) afin de permettre le ciblage des fournisseurs potentiels à intégrer en premier lieu dans la démarche.

Les fournisseurs sélectionnés doivent être des partenaires privilégiés de la société, caractérisés par l'importance des relations commerciales avec l'entreprise (historique, chiffre d'affaires, liens réguliers) et leur place sur le marché. Les suggestions peuvent être obtenues de différentes manières, comme l'organisation de brainstorming, la mise en place de réunions dédiées, ou bien en abordant la question dès les négociations contractuelles, avec une partie dédiée dans le contrat. Une fois la suggestion obtenue, il est nécessaire de la formaliser et de l'analyser afin de pouvoir rendre possible la "mise en place". Afin d'évaluer son intérêt et sa faisabilité, il est nécessaire qu'elle soit examinée et présentée à un comité de validation, composé de collaborateurs en mesure de valider les aspects techniques, qualitatifs et financiers.

Reporter

La décision d'implémenter ou non une suggestion est une décision commune. Dans le cas où la suggestion serait réfutée par le comité, le fournisseur doit être tenu informé de la décision du comité et de ses raisons. La dernière étape de ce processus est le reporting. Mesurer les résultats aura pour double conséquence de démontrer les effets positifs de la politique mise en place et de motiver les fournisseurs à s'impliquer d'autant plus dans la démarche.

Partage de compétences

La mise en place de pratiques collaboratives a l'avantage d'impliquer fournisseurs et acheteurs dans un même projet. C'est ainsi une manière de développer les relations commerciales et de les inscrire dans une démarche de partenariat à long terme. De plus, la réunion des acteurs principaux du processus de production dans une même démarche permet de favoriser le partage et le transfert des connaissances.

Enfin, il ne faut pas hésiter à motiver les fournisseurs à participer en partageant avec eux les retombées positives que peut avoir une suggestion. Par exemple, un fournisseur ayant permis de réaliser des économies financières peut être récompensé par l'entreprise, qui lui versera une partie des économies effectivement réalisées.

Ainsi, l'amélioration de la productivité passe par un dépassement du clivage ancré entre acheteurs et fournisseurs, en développant les pratiques collaboratives, profitant à tous. ●