

Comment bien intégrer un nouvel acheteur ?

L'arrivée d'un nouvel acheteur au sein d'une équipe est toujours un événement et engendre de nombreuses interrogations, en interne comme en externe. L'efficacité de l'intégration garantit une "mise en production" rapide du nouveau. Comment faire d'un étranger un membre de la famille ?



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.

Pour une bonne intégration, il faut tout d'abord une bonne communication en amont. L'arrivée de ce nouveau collaborateur doit être annoncée à l'équipe avec une date la plus précise possible. Le supérieur hiérarchique pourra aussi donner quelques informations personnelles sur le nouvel acheteur comme son prénom, son âge ou ses expériences passées. Dès son arrivée, le manager doit aussi avoir une communication opérationnelle. Il faudra expliquer clairement l'organisation avec un organigramme à l'appui, quand il existe. Mais cela permettra aussi d'évoquer les aspects politiques ou sensibles qui peuvent entrer en jeu lors de la prise de certaines décisions ou de négociations. Cette rencontre permettra aussi de préciser les attentes du poste de façon opérationnelle, mais aussi de revoir le mode d'évaluation, la priorisation des tâches ou le degré d'autonomie. Les stratégies achats, les objectifs des appels d'offres, la politique de gestion des prestataires ou les volumes sont des points qui ne sont pas expliqués volontairement lors d'entretiens d'embauche. Ils devront donc l'être le plus tôt possible. Le périmètre d'achat devra lui aussi être clairement défini. C'est bête et méchant. Pour bien préparer son arrivée, il ne faut pas omettre de demander les accréditations "e-mail" et de préparer son poste de travail avant l'arrivée du nouvel arrivant. Cela lui évitera de passer deux jours à lire des procédures en attendant son accès au réseau. C'est le détail qui fait la différence.

L'intégration grâce aux autres collaborateurs

L'une des clés de réussite d'une bonne intégration est aussi de parvenir à créer des liens positifs entre le nouvel acheteur et les personnes de l'équipe. Au-delà des présentations formelles, la réussite de l'intégration passe avant tout par tous les moments "off" qui font la vie de l'entreprise : pause déjeuner, café, etc. Par exemple, le dress-code de l'entreprise est rarement formalisé, mais il est indispensable de s'y soumettre.

Une intégration progressive

La stratégie du binôme ou du parrain est assez répandue pour une bonne montée en puissance du nouvel acheteur dans ses fonctions. Elle consiste à faire travailler le

nouvel arrivant sur des appels d'offres en binôme avec un collaborateur expérimenté. Celui-ci n'appliquera pas un cour magistral sur la gestion des dossiers. Il procédera par apports de connaissance au fil de l'eau pour ne pas noyer la recrue dans un flot d'informations. Lorsque ce dernier sera un peu plus autonome sur ces dossiers en binôme, le supérieur hiérarchique ne manquera pas de lui faire savoir et de lui transmettre ses propres domaines d'achats. Mais des points doivent être organisés à sa demande ou programmés d'avance. Ils permettront de répondre à ses nouvelles questions.

L'intégration auprès des prescripteurs

La présentation du nouvel arrivant auprès des clients internes est primordiale. De ce premier échange découlera le futur de la relation et donc la réussite des projets communs. Il ne faut donc pas négliger cette introduction pour une meilleure compréhension des problématiques et assurer un bon relationnel. Après ces entrevues, le directeur achat pourra, s'il le souhaite, donner son avis sur les clients internes de façon réaliste, mais toujours objective afin que le nouvel acheteur adapte sa communication pour plus d'efficacité. Une intégration réussie est donc un mélange de communication formelle et informelle. Le nouveau collaborateur devra intégrer un grand nombre de données et de codes en un temps record, tout en montrant son enthousiasme. Mais surtout, il devra adapter son comportement à ses interlocuteurs. On n'a pas deux fois la chance de faire une première bonne impression. ●

Point clés

- ❖ Le directeur achats doit prendre le temps de communiquer auprès de ses équipes et auprès du nouvel arrivant.
- ❖ La création de liens informels avec les collaborateurs de façon rapide est cruciale.
- ❖ Travailler en binôme permet de s'adapter rapidement aux méthodes de travail.
- ❖ La présentation auprès des clients internes est primordiale pour la réussite des projets.