

## 3 jours (21h)



### Public visé

Responsables des transports, de la distribution physique, logistique, acheteur(euse), responsables de bureaux d'études, chef(fe)s de projets. Toute personne susceptible d'être directement impliquée dans l'achat de prestation transport et logistiques et dans le choix des fournisseurs.



### Présentiel



### Effectif

Min 3 / Max 12 personnes



### Pré-requis

Aucun



### Intervenant

Partenaires labellisés



### Tarif

- En intra  
1 300€ HT /jour  
Hors frais de mission
- En inter  
Nous consulter



### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Le contenu de la formation s'adapte aux besoins des apprenant(e)s grâce à l'expertise de l'intervenant. L'animation est basée sur des apports à la fois théoriques et pratiques, à partir de l'expérience et des connaissances des apprenant(e)s.

### Objectifs pédagogiques

- Acquisition d'une vision globale du marché du transport et de ses spécificités
- Modalités de choix entre les différents prestataires
- Formalisation de la stratégie et les besoins en transport et logistique de l'entreprise
- Lien entre la fonction de responsable transport et logistique et le lancement d'un appel d'offres
- Sourcing des fournisseurs
- Gestion du processus de l'appel d'offres

### Contenu de la formation

#### L'environnement économique des transports et de la logistique

- Les différents modes de transport, leur évolution sur le marché
- Le choix du système logistique (faire ou faire faire, le niveau d'intégration des prestations logistiques)
- Le panorama des prestataires (positionnement métiers et contexte concurrentiel)

#### La demande transport et logistique dans l'entreprise

- La place du service transport et logistique dans l'entreprise
- Définitions de la « fonction à remplir » et non en termes de « réponses » ou de « solutions toutes faites »
- Analyse des flux et des besoins

#### L'élaboration d'un cahier des charges fonctionnel (en transport, en logistique)

- Le contenu
- La formation des prix et le calcul des coûts de revient
- Le contrat de prestation
- Les indicateurs de performance
- Validation par les différents interlocuteurs
- Communication de la demande aux fournisseurs en laissant une place à la créativité et à l'innovation

### Évaluation

- Évaluation formative tout au long de la formation (exercices pratiques)
- Évaluation des acquis en fin de formation
- Bilan de satisfaction des stagiaires
- Attestation de fin de formation