



**L'acheteur
du futur sera-t-il
un robot ?**

**Anticiper et maîtriser
les impacts de la
technologie sur les
achats B2B**



All you need. **With love.**

LA FONCTION ACHAT EN PLEINE MUTATION



Natacha TREHAN • Following

Maître de Conférences en Management Stratégique des Achats - PhD - Universit...
3d

...

Quelles vont être les COMPETENCES DE L'ACHETEUR DU FUTUR face à un changement de paradigme économique sans précédent et à la révolution numérique ?

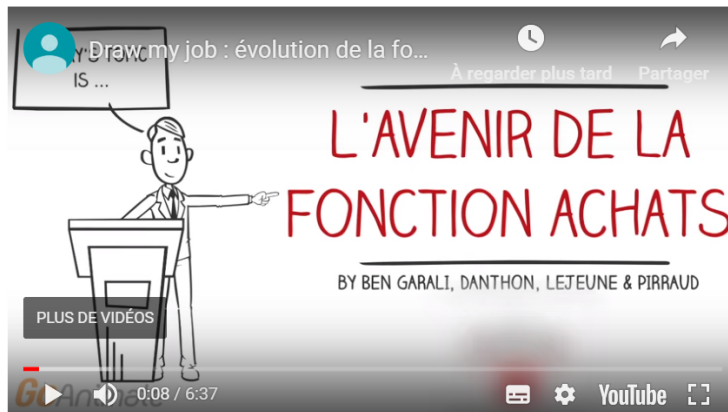
« Les Achats ne peuvent plus faire un copier-coller des bonnes vieilles recettes du passé ! »

84 % des acheteurs interrogés voient les technologies digitales induire un profond bouleversement des processus achats dans les 3 à 5 ans...
soc.re

Décision-Achats.fr

Tool box Vos events Cercle des experts Livres blai

STRATÉGIE ACHATS ÉCOSYSTÈME ACHATS PUBLICS FLEET IT / DIGITAL TRAVEL WORKSPACE +



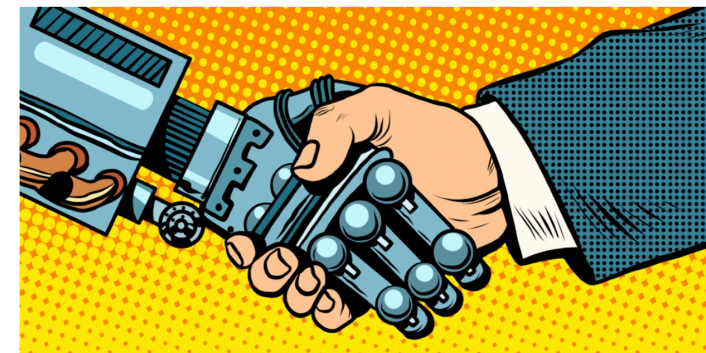
"Pour la fonction achats, il s'agit d'un total changement d'approche - qui rejoint un peu la révolution du TCO"

Publié par Aude Guesnon le 8 mars 2017 | Mis à jour le 13 mars 2017 à 12:14



55% des entreprises prêtes à investir dans l'IA pour booster les achats

Publié par La rédaction le 11 juil. 2018 - mis à jour à 09:34



LES TROIS ÉTAPES MAJEURES DU PROCESSUS ACHAT



S2C : SOURCE TO CONTRACT

Direction des achats
Direction juridique



P2P : PROCURE 2 PAY

Procure
to Invoice



Invoice
to Pay



LES PRINCIPAUX PROCESSUS DE LA FONCTION ACHAT SONT DIGITALISABLES



S2C : SOURCE TO CONTRACT

P2P : PROCURE 2 PAY

Direction des achats

Procure to Invoice

Invoice to Pay

Stratégie d'achat

Identification et négociation des contrats

Gestion des fournisseurs

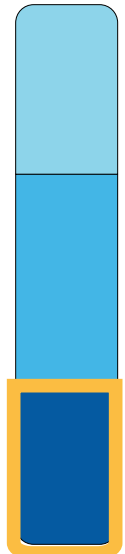
Déploiement du contrat

Circuit de validation

Pilotage et reporting

Gestion de la facturation

Rapprochement cmd/facture



pas automatisable

Patiellement automatisable

Totalement automatisable



LES OBSTACLES À LA DIGITALISATION



46%



Difficulté à intégrer
les données

45%



Qualité des
données

27%



Manque d'outils de
gestion des données

20%



Disponibilité
des données

Données

Ressources
Humaines

Systèmes IT



LES OBSTACLES À LA DIGITALISATION



30%



Implication de la direction

24%



Disponibilité des ressources data analytics sur le marché

29%



Compétence data analytics

Données

Ressources Humaines

Systèmes IT



LES OBSTACLES À LA DIGITALISATION

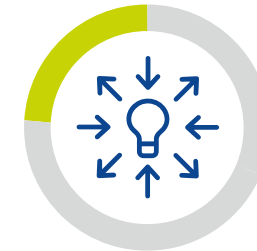


18%



Technologie

24%



Adoption des
nouvelles solutions

Données

Ressources
Humaines

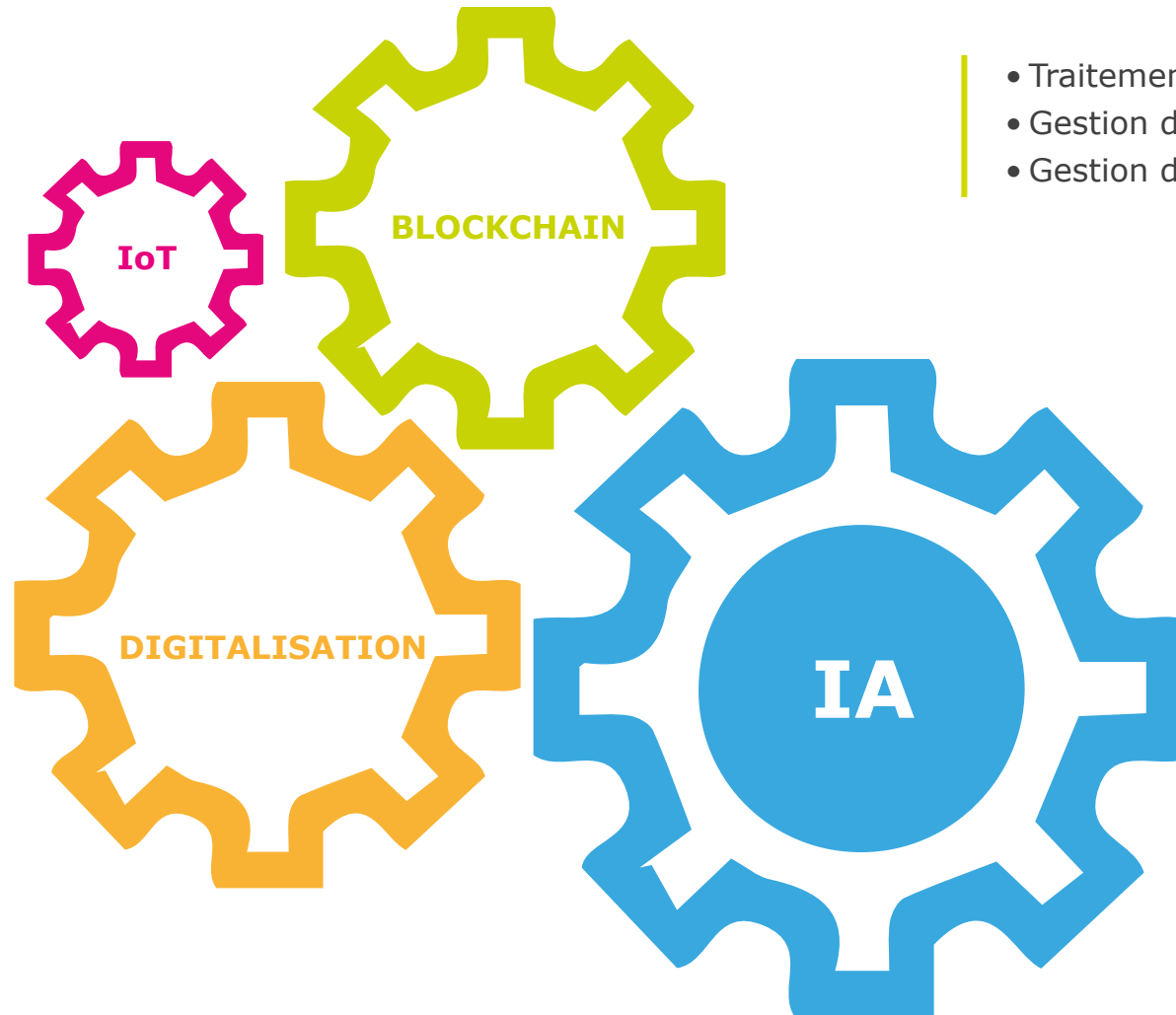
Systèmes IT



DE NOUVELLES TECHNOLOGIES ÉMERGENT



- Reconnaissance vocale
- Connectivité : Gestion des stocks



- Traitement des factures
- Gestion des contrats
- Gestion des livraisons

- Digitalisation des processus S2P et P2P
- Digitalisation de la chaîne logistique

- Robotisation des processus
- Traitement du langage
- Analyse prédictive



... POUR PLUS DE TEMPS POUR REMETTRE L'HUMAIN AU CENTRE DES PROCESSUS



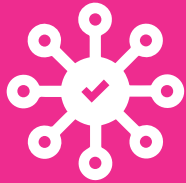
17%

18%

44%



... POUR PLUS DE TEMPS POUR REMETTRE L'HUMAIN AU CENTRE DES PROCESSUS



STRATEGIE



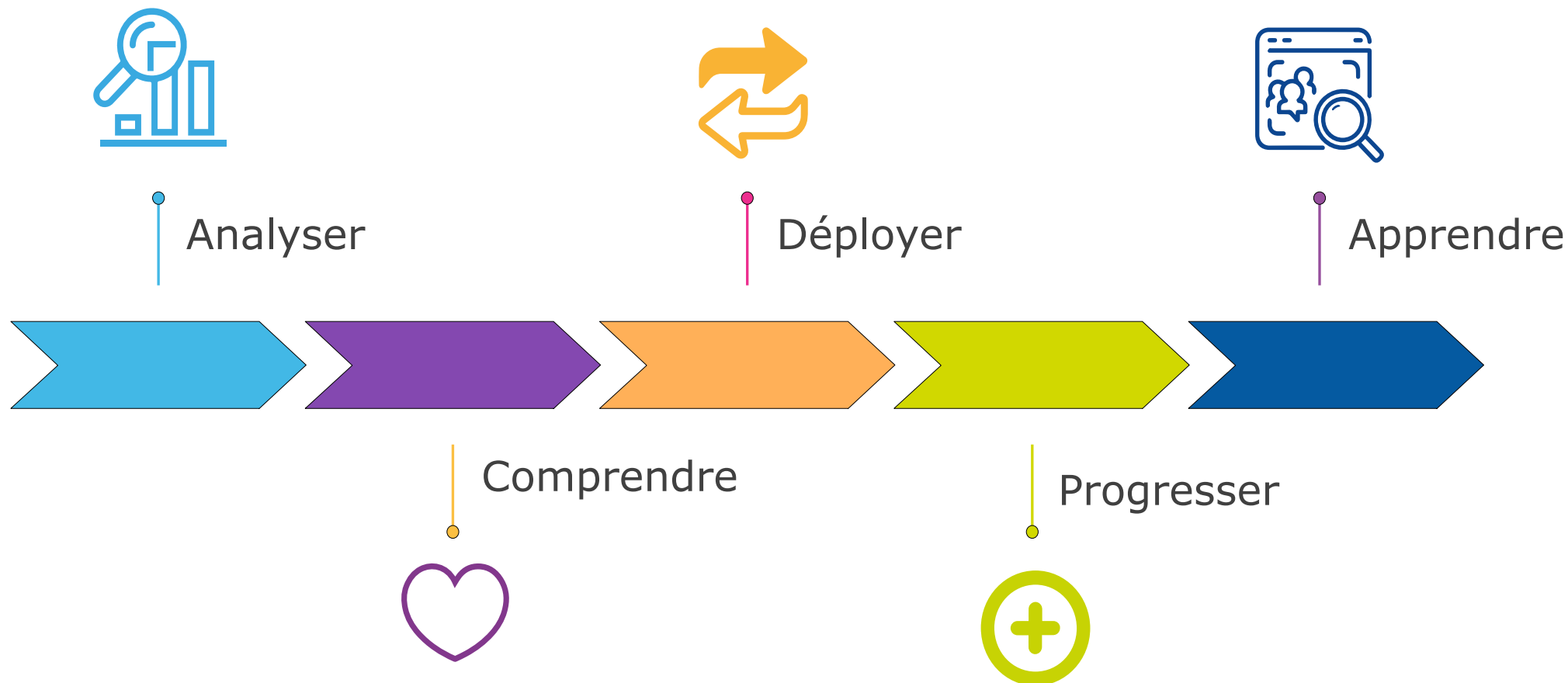
PROXIMITÉ



COMMUNICATION



LA TECHNOLOGIE DÉGAGE DU TEMPS POUR CRÉER DE LA VALEUR TOUT AU LONG DU CYCLE DES ACHATS



PLUS DE TEMPS POUR UNE MEILLEURE QUALITÉ DE CHOIX ET DE RÉPONSE



ANALYSER



Intégrer de plus
en plus de
datas



Savoir exploiter
les datas de
façon
pertinente



Définir une
stratégie



PLUS DE TEMPS POUR INCLURE LES UTILISATEURS DANS LES DÉCISIONS



COMPRENDRE



Tisser des liens
relationnels



Démarche de
consultation
permanente



Dessiner le
cycle de vie
utilisateur



PLUS DE TEMPS POUR ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT



DÉPLOYER



Former et
accompagner le
changement



Donner du sens



Contrôler



PLUS DE TEMPS POUR ASSURER L'ÉVOLUTION PERMANENTE



PROGRESSER



Démarche
d'amélioration
continue



Culture du
feedback



Faire monter en
compétences
les équipes



PLUS DE TEMPS POUR SE DÉVELOPPER SOI-MÊME ET ÊTRE PRO-ACTIF



APPRENDRE



Avancées
technologiques



Veille
concurrentielle,
environnementale,
réglementaire



Informer
proactivement
les utilisateurs





LES ACHETEURS DU FUTUR NE SONT PAS DES ROBOTS MAIS DES...



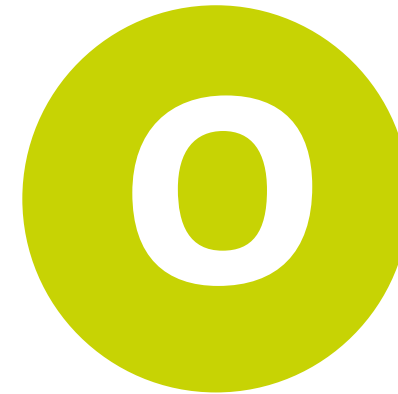
HAUTE ÉNERGIE



EMPATHIE



RATIONNEL



OUVERT



STRATÉGIE



3 METHODES POUR AIDER LES HÉROS !



La stratégie
des alliés



Utiliser les personas



La veille et l'ouverture
à l'externe



3 METHODES POUR AIDER LES HÉROS !



La stratégie
des alliés



Utiliser les personas



La veille et l'ouverture
à l'externe



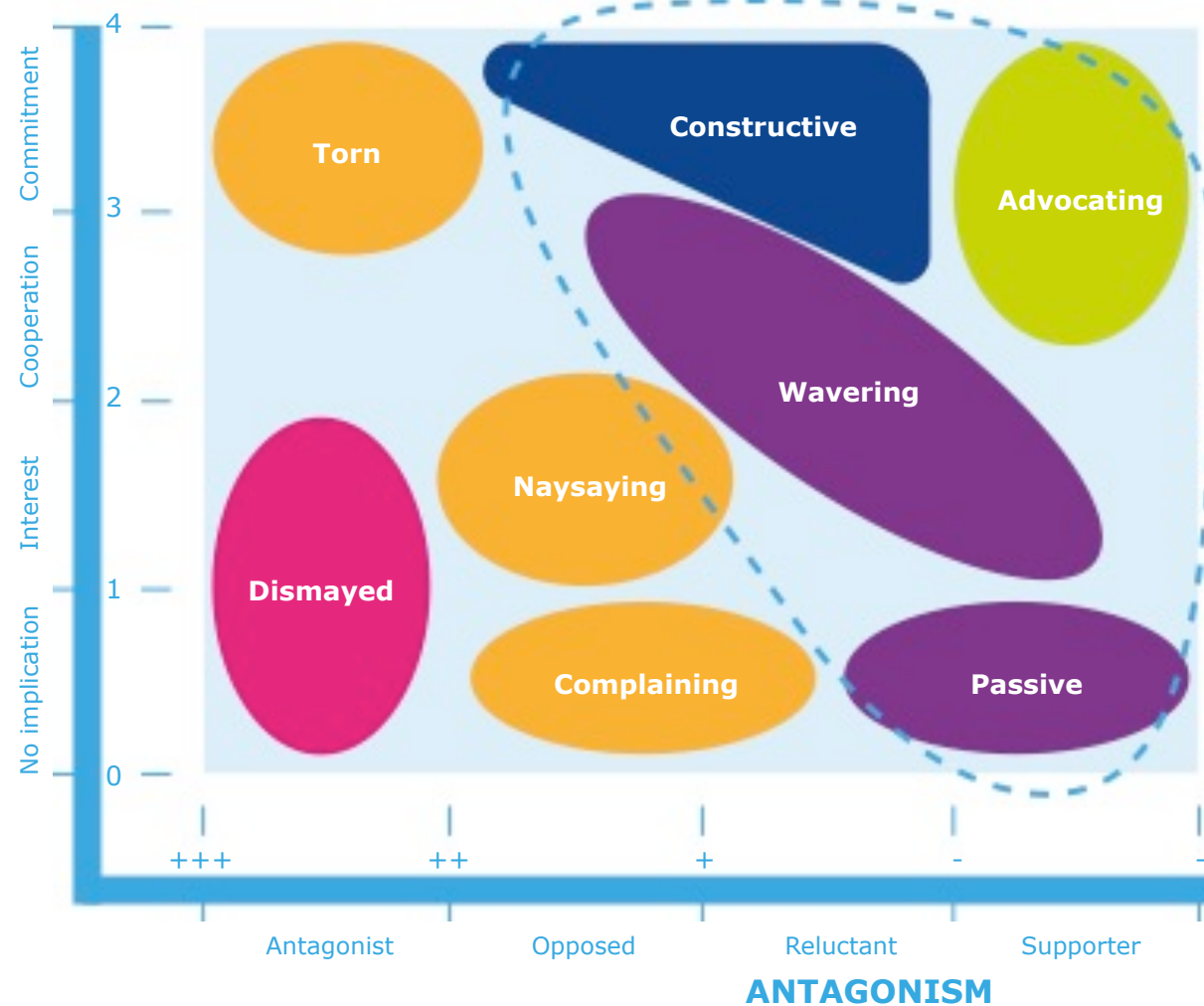
LA STRATÉGIE DES ALLIÉS : UN OUTIL TRÈS EFFICACE POUR CRÉER L'ADHÉSION



La Matrice des alliés ou "comment convaincre le groupe"

- 1 Identifiez vos "alliés"!
- 2 Optimiser les synergies avec les alliés
- 3 Encouragez vos alliés

SYNERGIES



LES ALLIÉES SONT FIDÈLES



All accounts		2016							
		> 100 orders	51 - 100 orders	21 - 50 orders	6 - 20 orders	4 - 5 orders	2 - 3 orders	1 order	0 order
2015	> 100 orders	71%	22%	3%	1%	0%	1%	0%	2%
	51 - 100 orders	8%	55%	30%	4%	1%	1%	1%	2%
	21 - 50 orders	0%	7%	54%	30%	2%	2%	1%	4%
	6 - 20 orders	0%	0%	7%	51%	15%	13%	6%	9%
	4 - 5 orders	0%	0%	1%	21%	18%	26%	15%	20%
	2 - 3 orders	0%	0%	0%	7%	10%	22%	20%	42%
	1 order	0%	0%	0%	2%	3%	10%	15%	71%
	0 order	0%	0%	0%	3%	4%	22%	70%	

1
STABILITÉ

2
DÉFECTION

3
ACTIVITÉ



3 METHODES POUR AIDER LES HÉROS !



La stratégie
des alliés



Utiliser les personas



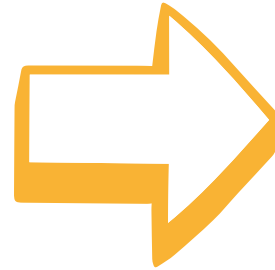
La veille et l'ouverture
à l'externe





UTILISER LES PERSONAS

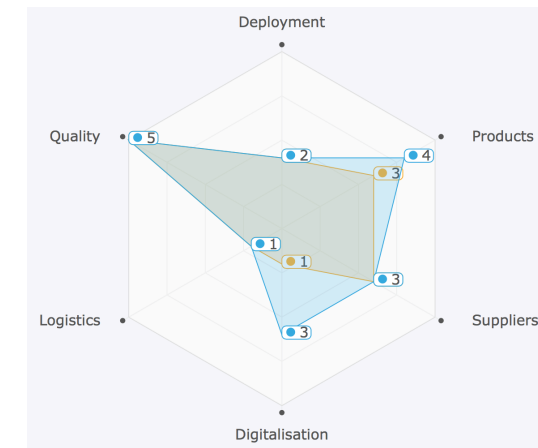
**BESOIN
RATIONNEL
EXPRIMES**



**VRAIS ENJEUX ET
PROBLEMES**



Un problème ou une douleur
utilisateur



3 METHODES POUR AIDER LES HÉROS !



La stratégie
des alliés



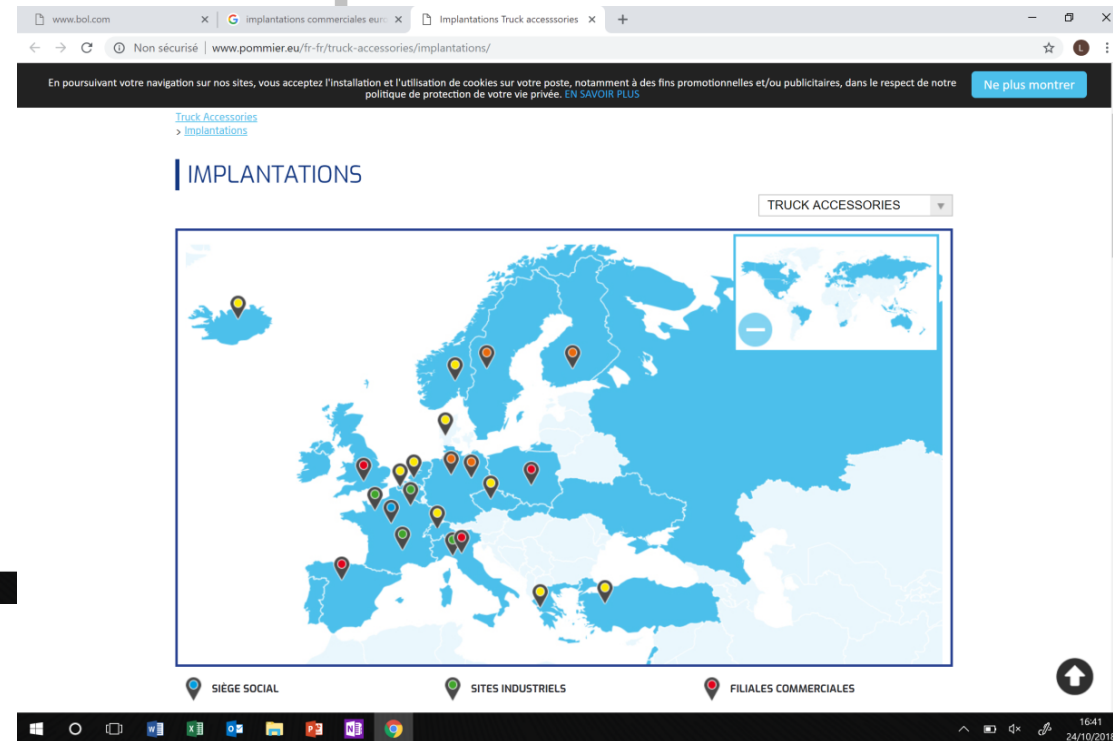
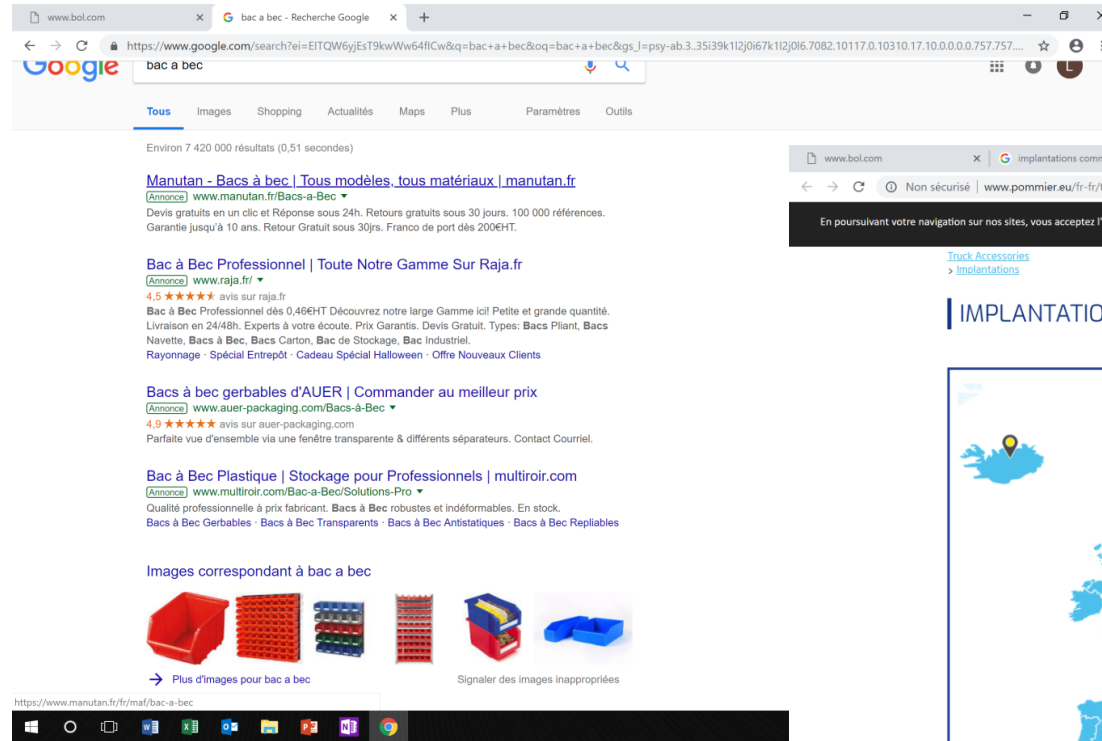
Utiliser les personas



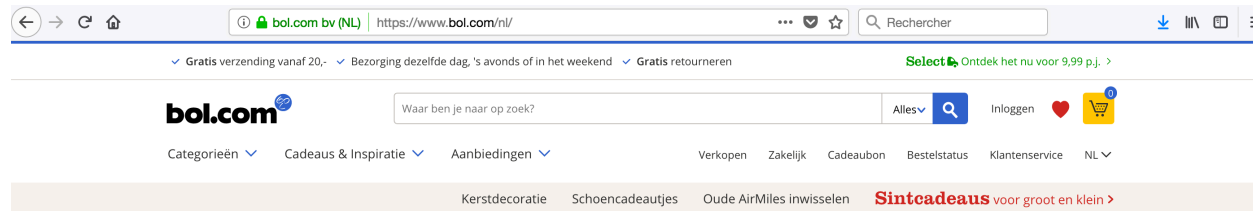
La veille et l'ouverture
à l'externe



EXPÉDITION ÉDUCATIVE EN 2006 AU SIÈGE DE GOOGLE



VISITE DE BOL.NL

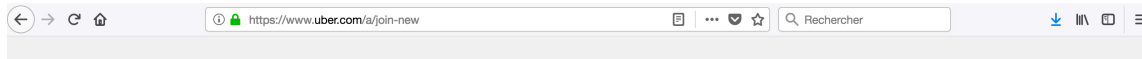


Refonte complète
du processus
de référencement



VISITE D'UBER

Uber



Uber

DÉPLACEZ-VOUS AVEC UBER >

Devenez chauffeur
Gagnez de l'argent selon votre
propre emploi du temps

S'inscrire maintenant

Adresse courriel

Prénom

Nom

Téléphone

Créer un mot de passe

Ville

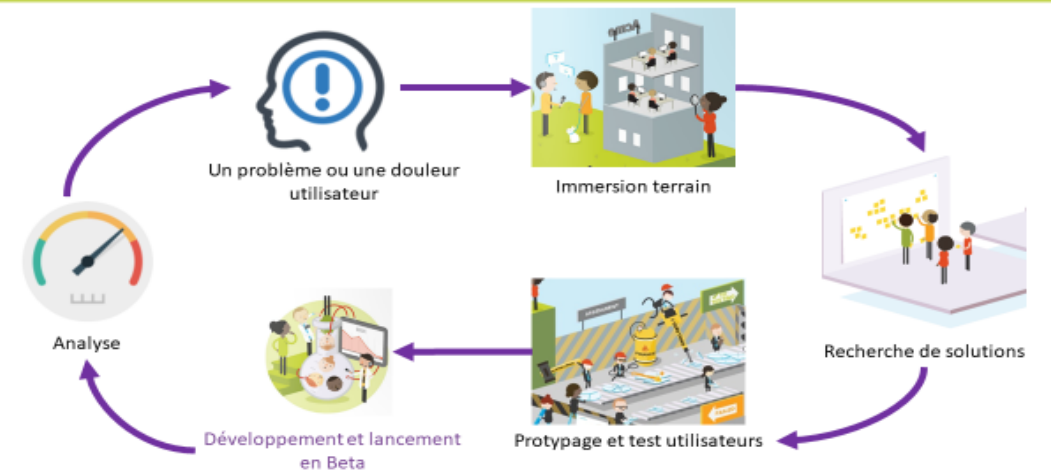
Code d'invitation (facultatif)

En continuant, vous acceptez les [Conditions générales](#) d'Uber, confirmez avoir lu la [politique de confidentialité](#)

et acceptez également qu'Uber ou l'un de ses représentants vous contacte par courriel, téléphone ou SMS (y compris par un système automatique) à l'adresse ou au numéro que vous avez indiqués, y compris à des fins marketing

MANUTAN LAB

... along with innovative solutions...



L'ACHETEUR 'HEROS' DEVIENT UN ACTEUR MAJEUR DANS LA STRATEGIE DE L'ENTREPRISE



Expérience
collaborateur



Digitalisation
des processus



Responsabilité
Environnementale
et sociale





MERCI

Des questions ?



All you need. **With love.**