

La relation prescripteur-acheteur

Aujourd'hui, le vrai défi de la fonction Achat est d'adapter ses organisations à l'évolution de l'économie moderne en s'attaquant aux causes profondes des dysfonctionnements et à l'inefficience des processus.

Au-delà du principe que les « capacités relationnelles » ont à devenir un critère d'évaluation de référence et les acheteurs à consolider des stratégies collaboratives avec leurs clients internes, les grandes organisations ont capacité à intégrer plus fortement leurs équipes opérationnelles dans des processus participatifs ou la responsabilité de l'action est plus largement partagée. Il s'agit là d'élargissement du partenariat interne dont l'objectif est de tirer pleinement avantage de ses synergies et de l'effet de taille des entreprises.

Le contenu de cette étude a été élaboré par à la promotion 2013-2014 du Master Achat à l'international de l'université Jean-Monnet de Paris XI. L'objectif a été d'amener les étudiants à une réflexion académique sur : « le modèle collaboratif Prescripteur-Acheteur », sur perception du chemin à parcourir pour que cette fonction puisse être crédible au point de devenir « stratégique » pour les entreprises cherchant un second souffle dans leur quête d'avantages compétitifs