|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Q6 | Q7 | Q8 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Probabilité |  |  |  |  |  |
| Très probable |  |  |  | Perte de CA Perte de la part du marché  Perte de clients fidèlent | Prévention |
| Très probable |  |  |  | Perte de CA Perte de la part du marché  Perte de clients fidèlent | Prévention |
| Très probable |  |  |  | Perte de CA Perte de la part du marché  Perte de clients fidèlent | Prévention |
| probable |  |  |  |  | Prévention |
| probable |  |  |  |  | Prévention |
| probable |  |  |  |  | Prévention |
| peu probable |  |  |  |  | Prévention |
| peu probable |  |  |  |  | Prévention |
| peu probable |  |  |  |  | Prévention |
| improbable |  |  |  |  | Prévention |
| improbable |  |  |  |  | Prévention |
| improbable |  |  |  |  | Prévention |
| Conséquence | Mineure | Significative | Grave | Catastrophique |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Date de l’audit : 10 F | Date de l’audit : 10 F | Date de l’audit : 10 F | Date de l’audit : 10 F |
| Horaire | Activité auditée | Points particuliers | Personnes à rencontrer |
| 8h30 - 9h30 | Approvisionnements | Analyser le stock Vs les ventes Les délais de livraison | Florian (approvisionneur) |
| 14h00 - 15h00 | Le service commercial | Les actions menées pour réussir l’opération La clientèle ciblée | Jean Yves (commercial) |
| 15h30 - 16h30 | Les achats | Le plan d’achat et les prévisions Les budgets d’achat | Marion (Responsable achat) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Audité : (direction/service) | Auditeurs : | Date de l’audit : |
| service des achats | HANNOUDA | 10-févr-23 |
| Siham HANNOUDA, préparatrice |  |  |
|  |  |  |
| Processus audités : |  |  |
| les prévisions des achats | les budgets des achats |  |
| Étapes du processus | Documentation/Points à vérifier | Questionnement |
| Le chef produit choisi les modèles à commercialiser pour la collection de noël |  | Quel est le processus une fois la collection est choisie ? |
|  | avoir toutes les informations des produits à acheter |  |
|  |  | comment vous communiquer avec les chefs produits ou Catman ( category manager)? |
|  |  |  |
|  | les plans de vente avec l'historique | comment vous faites pour calculer les potentiels d'achat |
|  |  |  |
| Étapes du processus | Documentation/ Points à vérifier | Questionnement |
| les potentiels d'achat sont définis, le passage des commandes aux fournisseurs doit être réalisé | le budget d'achat | Comment vous faites si vos potentiels d’achat dépassent le budget prévu? |
|  | les outils de commandes |  |
|  |  | Comment vous définissez les potentiels des produits Z ? |
|  |  |  |
| les produits sont classés par rotation |  |  |
| ● produits A : vendus plusieurs fois par jour |  | Quel est le processus après les définitions des potentiels ? |
| ● produits B : vendus moins d’une fois par jour mais plusieurs fois par semaine |  |  |
| ● produits C : vendus moins d’une fois par semaine mais plusieurs fois par mois |  | Comment vous gérer les changements de produits de la dernière minute ? |
| ● produits D : produits vendus moins d’une fois par mois mais plusieurs fois par an | Le procédure pour une produit de substitution | Comment vous gérer les augmentations tarifaires imposées par les fournisseurs ? |
| ● produits Z : produits vendus moins d’une fois par an |  |  |
| Étapes du processus | Documentation/ Points à vérifier | Questionnement |
| une fois la commande globale est envoyée aux fournisseurs, les achats font une répartition des quantités par magasin | le reporting par magasin | Quel est le critère que vous prenez en compte pour répartir les quantités aux magasins ? |
|  |  | Qui fixe les prix de vente ? |
|  |  |  |