****

**ÉVALUATION DES VENDEURS ET DES FOURNISSEURS**

**LISTE DE CONTRÔLE DES CRITÈRES**

|  |
| --- |
| COMPÉTENCE |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Expérience** | Demandez une vérification et un bref historique des années d’activité de l’entreprise. |
|   | **Clients** | Demandez une liste des clients clés et les coordonnées des responsables. |
|   | **Formation et développement** | Passez en revue le système que le fournisseur a mis en place pour la formation et le développement du personnel, ainsi que toute initiative. |
|   | **Personnel clé** | Rencontrez les personnes qui s’occuperont de votre compte. |
|   | **Recrutement** | Découvrez comment les gens obtiennent des postes clés et comprenez les critères de recrutement. |

|  |
| --- |
| CAPACITÉS |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Commandes actuelles et futures** | Recueillez des informations pour déterminer la capacité totale ; déterminez si la capacité est suffisante pour répondre à vos exigences actuelles et futures. |
|   | **Statistiques opérationnelles** | Vérifiez les statistiques qui fournissent des preuves concernant des problèmes de qualité ou des niveaux de service. Ce type de données est facile à acquérir lorsque le vendeur ou le fournisseur a l’accréditation ISO. |
|   | **Ressources** | Assurez-vous que les systèmes et procédures nécessaires sont en place pour assurer une bonne qualité et des niveaux de service élevés. |

|  |
| --- |
| COHÉRENCE DES PERFORMANCES |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Des niveaux de qualité et de service cohérents** | Déterminez si le fournisseur sera en mesure de fournir des niveaux élevés de qualité et de service tout au long de la durée du contrat. Un indicateur de l’orientation client est de savoir si le fournisseur dispose ou non d’un gestionnaire de compte dédié ou d’une équipe d’experts pouvant répondre aux questions ou aux besoins en matière de services. |
|   | **Contrôle statistique des processus (SPC)** | Le SPC mesure la qualité du produit, identifie les tendances à glisser au-delà des limites de tolérance, et prend des mesures correctives avant qu’un problème ne se produise afin d’améliorer la qualité et de limiter les coûts. |

|  |
| --- |
| ENGAGEMENT EN FAVEUR DE LA QUALITÉ |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Élément ou service** | Demandez des vérifications et des approbations de clients ou de sources indépendantes concernant la qualité de l’article ou du service. |
|   | **Gestion de la qualité** | Examinez les processus de qualité que le fournisseur utilise, tels que la gestion de la qualité totale (TQM) ou les mesures de contrôle de la qualité qui quantifient la norme de production.  |
|   | **Conformité aux normes** | Lorsque cela est essentiel pour votre entreprise, vérifiez que les partenaires potentiels respectent les normes pertinentes pour leur entreprise (et la vôtre). Les normes peuvent être liées à la qualité des produits, comme les normes internationales de production ISO ou la norme QS 9000 pour les constructeurs automobiles américains. La conformité à des réglementations telles que la norme de sécurité des données de l’industrie des cartes de paiement (PCI DSS), les normes HIPAA pour les informations de santé et la Loi californienne sur la confidentialité des communications électroniques (Cal ECPA) peut également être pertinente pour votre entreprise. |
|   | **Essais non destructifs (END)** | L’analyse des END est utilisée dans les secteurs de la technologie et des sciences pour évaluer les produits ou les processus sans causer de dommages, de dégâts, de risques ou de pertes financières. |
|   | **Amélioration continue** | Vérifiez la culture organisationnelle et les valeurs de l’entreprise qui se concentrent sur l’atteinte et l’amélioration continue de la qualité. |

|  |
| --- |
| COÛT |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Prix** | Les prix proposés doivent refléter la qualité, le service et la concurrence du secteur. |
|   | **Analyse complète des coûts** | Assurez-vous que votre vendeur ou partenaire a une affaire bien gérée en fonction des coûts variables, des coûts fixes ou des frais généraux, des marges bénéficiaires et du point de rentabilité.  |

|  |
| --- |
| TRÉSORERIE ET FINANCES |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Bilan** | Consultez le registre officiel des immobilisations et des actifs courants et leur mode de financement. |
|   | **Profits et pertes** | Une feuille de pertes et profits vous indique si le fournisseur fait des bénéfices ; la feuille est également un indicateur de la stabilité de l’entreprise. |
|   | **Notation de crédit** | La notation de crédit de l’institution financière doit être élevée , une mauvaise notation est un indicateur de mauvaise gestion. |
|   | **Réputation financière** | Demandez aux clients, aux analystes et à vos collègues si un partenaire potentiel est financièrement viable. |

|  |
| --- |
| COMMUNICATION |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Canaux de communication appropriés** | Assurez-vous que le vendeur peut assister à des réunions régulières, à des événements Skype ou à des téléconférences. |

|  |
| --- |
| CONTRÔLE DES PROCESSUS INTERNES |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Inventaire** | Lorsqu’un vendeur ou un fournisseur dispose d’un stock suffisant, il doit être en mesure de fournir la bonne quantité au bon moment.  |
|   | **Qualité** | Les contrôles de qualité sont essentiels à la réussite d’un contrat. |
|   | **Opérations** | Des opérations disciplinées permettent d’obtenir des livrables dans les temps qui répondent aux spécifications dans la bonne quantité. |
|   | **Achats** | Des processus d’approvisionnement efficaces sont essentiels lorsque votre vendeur fait appel à ses fournisseurs clés pour maintenir ses coûts à un niveau raisonnable. |
|   | **Santé, sécurité et environnement (HSE)** | Vérifiez l’existence de systèmes et de procédures solides, ainsi qu’un excellent dossier en matière de sécurité, qui témoignent d’une responsabilité sociale et d’un lieu de travail qui motive le personnel et renforce le moral. |

|  |
| --- |
| CLEAR (Responsabilité sociale d’entreprise) |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Respect des normes éthiques et juridiques** | Les produits et services doivent répondre aux exigences législatives. Les preuves de conformité peuvent inclure des politiques et des processus visant à fournir des bonnes pratiques éthiques, des médias ou des commentaires positifs, ou de bonnes notes des agences du secteur. |

|  |
| --- |
| CULTURE |
| **X** | **CRITÈRES** | **ACTION** |
|   | **Valeurs** | Une relation saine peut favoriser un partenariat à long terme et durable qui apporte une valeur ajoutée aux deux parties. |
|   | **Comprendre les moteurs de l’entreprise** | Un partenaire doit comprendre ce qui a un impact sur votre entreprise, de l’environnement concurrentiel aux dernières innovations. |

|  |
| --- |
| **EXCLUSION DE RESPONSABILITÉ**Tous les articles, modèles ou informations proposés par Smartsheet sur le site web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et exactes, nous ne faisons aucune déclaration, ni n’offrons aucune garantie, de quelque nature que ce soit, expresse ou implicite, quant à l’exhaustivité, l’exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité du site web, ou des informations, articles, modèles ou graphiques liés, contenus sur le site. Toute la confiance que vous accordez à ces informations relève de votre propre responsabilité, à vos propres risques. |