

Étude de cas : la communication au service de la performance du sourcing

Problématique : développer la part de fournisseurs de matières éco-responsables

Contexte :

- Forte demande et tensions sur le marché des matières premières éco-responsables.
- Difficultés à atteindre les minimas de quantités.
- Délais et prix en décalage avec les attentes.

Comment la communication RSE peut-elle aider à attirer et fidéliser les meilleurs fournisseurs ?

1. Inverser la posture de communication donneur d'ordres / fournisseurs

Travailler son marketing achats et la gestion de la relation fournisseur en adoptant une communication proactive et en favorisant les feedbacks.

2. Favoriser l'engagement sur le long terme

Communiquer régulièrement sur ses prévisions, le projet de marque et les impacts potentiels sur la relation, les attendus RSE ou business.

3. Challenger et célébrer les progrès réalisés

Réaliser un suivi fin et partager les réussites comme les axes de progrès (benchmark ou autre systèmes d'émulation fournisseurs). Les conventions fournisseurs, les visites terrain sont autant d'occasions de célébrer les progrès accomplis au-delà des volumes consentis.

Le soin apporté à la communication fournisseurs permet de fidéliser les partenaires malgré des volumes modestes.

