

供应商管理与采购价格控制

壹、 供应市场与需求分析

- 1.1. 企业战略和采购目标
- 1.2. 供应市场分类和分析
- 1.3. 明确需求

贰、 供应商的识别，筛选与调查

- 2.1. 供应商识别
- 2.2. 供应商调查和筛选
- 2.3. 选择 10 个“C”法则
- 2.4. 三轮筛选小结

参、 供应商的现场评估及核准

- 3.1. 跨部门团队
- 3.2. “制定现场评估表”
- 3.3. 如何进行现场评估？现场评估的评估十大要素
- 3.4. 合格供应商的核准

肆、 供应商选择和评估的注意事项

- 4.1. 合格供应商的核准程序
- 4.2. 供应商的现场评估 - 对“现场评估”的评估
- 4.3. 供应商选择和评估的注意事项 - 兼谈商业道德

伍、 现有供应商业绩的评定体系与供应商关系管理，一体化

- 5.1 现有供应商业绩的评定体系 - 四个必须评估内容
- 5.2 采购商 / 供应商关系连续图谱

六、 涉及供应商的采购战略

- 6.1 什么是采购战略？如何去达到采购目标？
- 6.2 战略模型
 - 战略模型（1） - 供应定位战略模型
 - 战略模型（2） - 分析定位模型与我们的采购策略
 - 战略模型（3） - 以供应商感知而建立的战略模型

6.3 反向市场营销

七、 成本构成，分析及其管理

7.1 成本的 6 大类别

7.2 简化的财务报表

7.3 采购总成本构成

7.4 量化每种成本: 考虑的问题

八、 采购价格分析, 如何把价格降下来 – 战略, 技巧和方法

8.1 买方用于降低价格的十八项战术

8.2 如何把采购价格降下来

九、 采购谈判实战的要点和技巧

9.1 谈判的七个关键点

9.2 采购谈判的 24 个技巧

9.3 谈判的原则

9.4 采购的 21 项核心要素

壹零、 迎接优势谈判时代

10.1 如何做好谈判工作, 提高谈判技巧

10.2 实例说明: 为什么一定要谈判

10.3 谈判者的标准

10.4 成功谈判者特质

10.5 优势谈判战略的特点

壹壹、 做好谈判前的准备

11.1 谈判前如何对市场环境分析

11.2 如何有效建立谈判目标

11.3 谈判风险如何细化

11.4 谈判团队如何建立

案例分析: 参训学员分组进行不同案例讨论并给出分析结论

壹贰、 谈判技巧与战术

12.1 让步技巧分析

12.2 说服的技巧

12.3 如何解决谈判中冲突

12.4 如何提高提问水平

12.5 善用压力进行谈判的技巧

模拟演练: 根据案例信息, 将参训学员分组成采购方与供应商进行采购谈判

模拟。

叁参、 优势谈判开场策略

13.1 闻之色变策略如何应用

13.2 开场策略之感觉、感受、发觉

13.3 如何担任不甘不愿的卖（买）方

肆四、 优势谈判中场策略

14.1 挤压法应用技巧

14.2 分摊差异如何在谈判中应用

14.3 给答案要答案，而不是给题目得答案

集体讨论：优势谈判收场策略

伍伍、 掌握不同的谈判风格

15.1 谈判客户的风格分类

15.2 不同谈判风格的特点

15.3 与不同风格客户谈判需要掌握的要点