

采购品类策略“5S²”落地实操训练营

版权课：国作登字-2021-A-00074908

课程背景：

今天，我们身处在一个技术日新月异、需求多样化的时代，随着技术创新、消费偏好等因素的变化，品类的划分与相应的管理战略也必然是一个动态的与时俱进的过程。相应的，采购管理就需要具有前瞻性意识，提前为企业制定出面向未来的品类管理战略，做好现有及新兴采购品类的供应商资源池储备。采购品类策略“5S²”落地实操训练将为采购转型升级中的企业的管理人员提供一套有效的理论、方法、与工具以及落地实操指南。

课程收益：

1. 学习掌握现代企业采购管理升级路径、方法
2. 掌握彰显价值的战略采购有效落地的系统方法
3. 学会并掌握品类战略计划的制定全流程、方法与工具；
4. 掌握供应商关系管理的核心思想、方法及工具
5. 掌握供应战略风险分析的方法与工具；
6. 掌握品类策指导下的供应商动态管理工具、方法
7. 掌握集团采购优化及集采的分类与实施方法

课程时间：

2天 X6.5 小时

授课形式：

讲授、讲解、案例分析、练习、团队共创、发表等。

课程大纲

第一部分：品类管理与战略采购基石

1. 现代采购三段论与战略采购七步法管理的关系
 - 现代采购三段论分析
 - 战略采购七步法分析
 - “三段论”与“七步法”
2. 生活中无处不在的“品类”管理思想及其收益有哪些？
3. 成功的“品类管理”必须具备的三个基础与四大支柱是什么？
 - 三大基础概述与分析
 - 四大支柱概述与分析
 - 三大基础与四大支柱的有机融合
4. 什么是 5 S 品类管理手法？

第二部分：1S：千里之行，始于足下 – 开启“品类管理”航程的第一步

1. 我的“领地”有多大 – “分久必合、合久必分”的品类版图
2. 我的“能量”有多大 – 支出分析

3. SOP：一个许多企业都在使用的、简便易行的品类管理项目启动工具
 - 启动品类管理所需的熟虑深“S”
 - 什么才是一目了然的“O”？
 - 怎样为品类管理树立一面迎风招展的领航旗帜“P”？
 - 实例：一套完整的SOP，让模糊变得清晰

第三部分：2S：干系人分析与“收买” – 时刻谨记采购部门的“服务”性质

1. 为谁而服务 – 这是一个“大是大非”的问题
2. 白天不能不懂夜的黑 – 采购要懂干系人
3. 画一张干系人图，因为“看图说话”很重要
4. 我的客户要什么 – 需求分析方法与意义
5. 与人沟通，助己成功 – “服务员”的沟通技巧有哪些？
6. 干系人及需求分析实例

第四部分：3S：了解你所管理的品类供应市场 – 专业采购的必修功课

1. 我们的舞台有多大 – 品类属性分析
2. 我们的选择有多少 – 供应市场分析
3. 我们的力量有多大 – 波特五力分析
4. “诗和远方” – 从价格分解及成本要因分析中跳出来的旋律
5. “线条之美” – 价值链及技术路线图分析
6. 我们的位置在哪里 – 供应商偏好矩阵模型
7. 模版与实例

第五部分：4S：品类管理的核心 – 制定品类战略

1. 卡拉杰克矩阵 – 采购管理的“圣经”
 - 战略物资特点分析
 - 瓶颈物资特点分析
 - 杠杆物资特点分析
 - 日常物资特点分析
2. 品类战略组合的四大要素 –
 - 货源选择策略分析制定
 - 采购策略分析制定
 - 关系定位策略分析制定
 - 供应商管理策略分析制定
3. 没有最好只有最适 – 权衡最适合的品类战略组合
4. 集团采购的特点及分析；集采的类型及推进的方法路径；
5. 完美只存在于字典中 – 风险剖析与应对预案
6. 让战略落地 – 制定品类战略的实施计划

第六部分：5S：绝对运动状态下的供应商动态管理

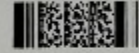
1. 明察秋毫 – 供应商库的有效性评估
2. 流水不腐户枢不蠹 – 供应商库的动态管理

版权信息：

作品登记证书



No. 01072003



登记号： 国作登字-2021-A-0074908

作品名称： 采购品类管理“5S”法”实操工作坊 作品类别： 文字作品

作 者： 汪希斌,邢庆峰

著作权人： 汪希斌,邢庆峰

创作完成日期： 2019年01月07日

首次发表日期： 2019年07月17日

以上事项，由汪希斌,邢庆峰申请，经中国版权保护中心审核，根据《作品自愿登记试行办法》规定，予以登记。

登记日期： 2021年03月31日

登记机构签章



中华人民共和国国家版权局统一监制