

供应链时代的采购管理新理念

1 课程简述

本课程将以介绍新时代采购在企业中的重要性为导入点，介绍采购职能是如何为提升企业竞争力做出贡献的。而在这个贡献过程中，采购的理念以及具体的做法都发生了那些巨大的变化，例如，采购是如何从关注价格到关注销售总成本的？企业与供应商之间的关系是如何从对手变成朋友的？谈判中单赢和双赢的策略本质差别在哪里？等等

同时还要回答，是不是原来的采购管理中的关注价格、与供应商是对手以及单赢的谈判就不是用了？如果适用，在什么条件下使用或者不使用？

为了让听众对采购的演变过程有一个更全面地认识，课程中会对不同行业的采购特征进行对比，以便为商超类企业找到适合自己的采购策略，而不能人云亦云，适合为最好。

课程结束后要能实现以下目的：

- 了解采购演变过程，
- 了解采购新理念对商超类企业价值
- 能够选择适合商超类企业采购策略
- 掌握商超类企业采购谈判过程中的策略与技巧

2 课程内容

2.1 采购在企业中重要性的演变过程

- 决定企业采购重要的两个主要因素：
 - 成本与外包趋势
- 采购演变过程中的四个重要阶段：
 - 价格为王、
 - 关注销售总成本
 - 关注价值
 - 关注广义价值链，供应链
 - 演变过程中的采购技术的作用

2.2 采购与采购职能

- 明确需求
- 供应市场分析
- 采购策略制定
- 供应商选择
- 询报价过程
- 采购谈判
- 合同签署
- 合同管理
- 物流管理
- 库存管理
- 绩效考核

2.3 供应市场分析

- 供应市场分析的重要性
- 供应市场分析过程
 - 需求与供给
 - 市场结构
 - 产品寿命周期
 - 市场竞争程度分析
 - 市场的驱动力分析
 - 市场价格机制的决定因素
- 市场细分
 - POCKET 分析模型
 - 市场信息获取手段
- 采购产品分类：常规品、杠杆品、瓶颈品以及关键品
- 不同类别产品的采购策略
- 供应商定位分析：盘剥、边缘、发展与核心类
- 与供应商之间的关系种类：对手到伙伴的过程
 - 现货合同
 - 长期合同
 - 伙伴合同
- 伙伴关系建立的理由、特点、维系以及失败的详细解读
- 供应商评价体系以及询报价流程

2.4 供应商谈判

- 谈判的含义：沟通、磋商与交流
- 谁能成为谈判高手

- 谈判中人的性格特点与对策
 - 现场性格测试
- 谈判的三个主要阶段
 - 谈判前的准备
 - 谈判中
 - 谈判后
- 谈判的准备
 - 需求分析、市场分析、策略制定
 - 谈判定位：单赢还是双赢
 - 谈判的要素：立场与利益本质
 - 谈判方案制订：目标与变量
- 谈判中
 - 如何开场
 - 验证阶段
 - ◆ 该阶段的做与不做
 - 建议阶段
 - ◆ 该阶段中的做与不做
 - 讨价还价阶段谈判技巧
 - ◆ 谈判中的折中
 - ◆ 感情与逻辑
 - ◆ 困境与僵局
 - ◆ 好坏人策略
 - ◆ 威胁
 - ◆ 倾听的重要
 - 谈判总结的关键点
 - ◆ 打分表格式
 - 一个谈判高手的基本素质总结

3 课程总结

与学员一起回顾知识，共同寻找适合商超行业的供应市场分析、供应商关系管理以及谈判的好办法。