

# Эффективная закупочная деятельность: стратегия, тактика и практические инструменты. Антикризисные действия отдела закупок

В рамках курса слушатели рассмотрят новые инструменты стратегического и тактического управления закупками для улучшения условий закупок, повышения точности заказов, сокращения финансовых и временных затрат, узнают о сильных способах влияния на поставщиков для достижения выгодных результатов в переговорах.

**Дата проведения:** 28 - 30 мая 2025 с 10:00 до 17:30

**Артикул:** СП12079

**Вид обучения:** Курс повышения квалификации

**Формат обучения:** Онлайн-трансляция

**Срок обучения:** 3 дня

**Продолжительность обучения:** 24 часа

**Стоимость участия:** 69 800 руб.

**Для участников предусмотрено:** Методический материал.

**Документ по окончании обучения:** По итогам обучения слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию по программе обучения, получают Удостоверение о повышении квалификации в объеме 24 часов (в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности, выданной Департаментом образования и науки города Москвы).

## Для кого предназначен

Руководителей, директоров по закупкам, руководителей отделов закупок, менеджеров по закупкам, директоров отделов снабжения, коммерческих директоров, категорийных менеджеров, руководителей товарных направлений.

## Особенности программы

Курс ориентирован на компании производственного сектора, дистрибьюторов и оптовиков любых товарных групп.

**Каждый модуль курса включает:**

- Концентрированную теоретическую часть в виде интеллект-карт, схем и таблиц, наглядных, запоминаемых и применяемых после курса в повседневной работе.
- Упражнения на отработку задач модуля. Тренировка переговоров с поставщиками проводится в парах и группах. Все упражнения детально разбираются, подготавливая слушателей к переговорам с реальными поставщиками.
- Интерактивную часть – разбор поставщиков и переговоров участников курса.

## Результат обучения

**В результате обучения слушатели:**

- Приобретут новые подходы в стратегии и тактике для улучшения условий закупок, повышения точности заказов, сокращения финансовых и временных затрат.

- Научатся применять сильные способы влияния на поставщиков для снижения цен и улучшения коммерческих условий в переговорах.
- Познакомятся с опытом компаний-лидеров в области оптимизации закупок, определят для себя, какие из применяемых методов будут работать в их условиях.
- Смогут обрабатывать повышение цен поставщиков и добиваться минимизации процента роста.

Это мероприятие можно заказать в корпоративном формате (обучение сотрудников одной компании).

# Программа обучения

## День-1.

### Инструменты антикризисного менеджмента для эффективных закупок.

- Алгоритм и-карта антикризисных действий для отдела закупок в-5-направлениях: управление поставщиками, развитие персонала, технология закупок, управление ассортиментом, переговоры с-поставщиками. Подробный план действий на-ближайшие три месяца.
- 5-шагов закупщика при повышении цен. Если цены нельзя оставить на-прежнем уровне, как сделать так, чтобы каждые полпроцента изменений вверх были оправданы и-максимально отработаны закупщиком.
- Определим, где обманывают поставщики при массовом изменении цен.
- Расчет экономически оправданного повышения цен и-анализ cost-модели для поиска способов нивелировать повышение.

### Стратегия и-организация закупок на-живых примерах.

- Модель «QR» закупок— быстрый способ аудита закупочной деятельности вашей компании. Определение главных точек приложения усилий для корректировки стратегии закупок.
- Критерии для оценки эффективности закупочной деятельности и-результативного управления поставщиками.
- Карта организации процесса закупок. Последовательность и-этапы.
- Применение модели Кралича для выбора стратегии и-тактики работы с-поставщиками в-зависимости от-особенностей, покупаемых ТМЦ.
- Отдел закупок и-смежные отделы компании. Практический инструмент для упорядочивания отношений и-разделения зон ответственности между подразделениями компании.

### Ключевые показатели эффективности отдела закупок и-система мотивации.

- 44-показателя для определения эффективности работы отдела закупок производственного предприятия и-60-показателей для ритейлеров и-дистрибьюторов. Наиболее полный на-сегодняшний день свод показателей для построения системы мотивации отдела закупок.
- Отдел закупок как центр генерирования прибыли, а-не-затрат. Принципиальная разница в-вопросах управления деятельностью.
- 3-профессиональных уровня закупщика. Ответственность и-зоны влияния. Направления для развития компетенций.
- Матрица KPI— готовая для применения схема построения системы мотивации сотрудников отдела закупок.-3-варианта построения и-примеры для внедрения.

## День-2.

### Приемы ведения переговоров с-монополистами и-сложными поставщиками.

- Матрица переговоров со-сложными поставщиками и-монополистами. Технология, которая помогает в-3-случаях из-5-сделать из-сложного поставщика нормально работающего.
- Стратегия поведения, если поставщик не-идет на-требуемые вам коммерческие условия: работа с-точками корпоративных и-личных интересов поставщика.
- 3-золотых правила закупщика. Ключевые правила достижения нужных условий у-поставщика.
- Способы достижения нижнего предела цены. Какие составляющие можно дополнительно уменьшить и-как этого добиваться от-поставщика.
- Приемы влияния на-поставщика в-жестких переговорах.

### Обработка переговоров со-сложными поставщиками и-их-детальный разбор с-помощью чек-листа.

### Улучшение коммерческих условий у-поставщиков.

- Как получить составляющие цены на-закупаемую вами продукцию?
- 35-способов влияния на-поставщиков для улучшения цен и-условий поставок. Самый полный набор приемов воздействия на-трудных поставщиков.

- Расчет стоимости отсрочки, расчет— выгодна-ли отсрочка в-конкретных сделках.
- Действенный алгоритм для получения от-поставщика товарного кредита и-отсрочки, который работает даже в-письмах.
- «БКЗ»— большая карта закупщика. Критерии выбора и-оценки поставщиков.

### День-3.

#### Повышение надежности поставок и-качества закупаемой продукции.

- Повышение дисциплины поставщиков.-3-принципа организации и-поддержания дисциплины.
- «СЗК» качества. Модель управления качеством продукции и-услуг, за-которую отвечают закупки в-компании.
- Где обманывают поставщики? Как не-дать себя обмануть в-цене и-качестве?
- Спецификация на-продукцию и-техническое задание. Где находятся слабые места, которое используют в-своих интересах недобросовестные поставщики.

#### Управление поставщиками.

- Правила выбора поставщиков и-фиксированные требования к-ним. Стратегия работы с-3-типами поставщиков.
- Как распределить объем закупок среди поставщиков наиболее выгодно для компании.
- Интегральная оценка поставщиков— сильный инструмент повышения эффективности поставок и-развития отношений с-поставщиками.
- Ошибки в-распределении логистических затрат на-продукцию. Пример, как можно корректно распределить затраты на-пришедшую партию разноименных товаров.

#### Планирование и-управление запасами.-5-инструментов.

- 3-инструмента для анализа товарной матрицы— ABC, XYZ и-совмещенный ABC-XYZ анализы. Подробная методика, примеры использования.
- Управление оборачиваемостью запасов. Расчет нормы оборачиваемости и-пути достижения ее-целевых значений.
- Способы борьбы с-неликвидными и-дефицитами. Практика более 200-компаний.

## Преподаватели

### ДУБОВИК Сергей Владимирович

Бизнес-тренер, эксперт по оптимизации закупочной деятельности компании и увеличению продаж с опытом работы – более 13 лет.

#### Специализация и профессиональные навыки:

- Десятилетний опыт управленческой деятельности в области продаж и маркетинга в крупных успешных российских холдингах, специализирующихся на производстве и дистрибуции
- Дважды проводил полную реорганизацию отделов продаж, дважды организовывал и внедрял маркетинг продаж в B2B компаниях
- Опыт открытия филиала компании и организации продаж с нуля
- Десятилетний опыт собственных продаж и успешного ведения сложных коммерческих переговоров в том числе с федеральными сетями
- Семилетний опыт планирования продаж и закупок
- Полный коммерческий цикл предприятия: закупки, продажи, маркетинг. Отличительной чертой является то, что сам лично возглавлял все эти процессы в компаниях на рынках промышленной упаковки, строительных и расходных материалов, товаров для дома
- Успешный опыт выведения на рынок 4 новых брендов и 3 новых товарных направлений
- Вырастил 11 успешных топ-менеджеров и владельцев бизнеса

#### Образование:

Высшее, СПбГПУ (Политех), Автоматизация технологических процессов и производств.

#### Дополнительное образование:

IMISP - Менеджмент.

IMISP - Стратегический маркетинг.

#### Практический опыт работы:

- Коммерческий директор «Год-Пак С»
- Директор по продажам «Класс», «А.Д.М.»
- Директор по маркетингу «Элис», «Ресурс»

- Менеджер по закупкам, менеджер по продажам

**Публикации:**

Автор книги "Активные продажи. Теория и практика" и нескольких десятков статей для печатных и электронных СМИ.