

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: СП12078

Вид обучения: Курс повышения квалификации

Формат обучения: Дневной

Срок обучения: 3 дня

Продолжительность обучения: 24 часа

Место проведения: г. Санкт-Петербург, ул. Петропавловская, д. 4, литер А. Станция метро «Петроградская».

Стоимость участия: 69 800 руб.

Для участников предусмотрено:

Методический материал, кофе-паузы.

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 отрабатывать 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, закупаемых 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.