



Akademia
Controllingu

Negocjacje w zakupach i planowanie materiałowe



SZKOLENIE ZAMKNIĘTE



AKREDYTACJA WIELKOPOLSKIEGO
KURATORA OŚWIATY
(Decyzja nr 110.2.870.2015)

WWW.AKADEMIACONTROLLINGU.PL



Negocjacje w zakupach i planowanie materiałowe

KONTAKT

Marta Elimer
marta.elimer@akademiacontrollingu.pl
Tel. + 48 61 852 33 53
Fax. + 48 61 666 03 63

TRENERZY

Opis szkolenia

Adresaci szkolenia

Grupa docelowa:

- Zaangażowani w utrzymanie, usprawnienie konkretnych wskaźników np. koszty zakupów, a koszty magazynowania.
- Pracownicy odpowiedzialni za negocjowania i zawierania umów.
- Osoby odpowiedzialne za rozwój produktów np. zmiany w BOM, wersjonowanie pozycji.

Dlaczego warto

Korzyści:

- Identyfikacja własnych zachowań, słabych i silnych stron – podniesienie osobistej efektywności.
- Czytanie zachowań po stronie dostawcy – również użytych technik manipulacji.
- Poprawienie współpracy zarówno z dostawcami, jak i klientami działu zakupowego.
- Usprawnienie procesu nawiązywania kontaktów handlowych.
- Poprawnie przygotowania do i prowadzenia negocjacji – wymagane wskaźniki, ograniczenia, mierzalna przestrzeń negocjacyjna.
- Kontrola i świadomość własnego stanu emocjonalnego – rozwój inteligencji emocjonalnej.
- Usprawnienie planowania materiałowego – również od strony mierzalnych wskaźników.

Program

Dzień 1

1. Rola i specyfika pracy działu zakupów w firmie

a. Uwarunkowania i specyfika branżb. Jakość i metody dostępu do informacji rynkowych, jak i wewnątrz firmyc. Rodzaje adresowanych kosztów i wskaźników

2. Obszary prowadzenia negocjacji zakupowych

a. Materiały i surowce produkcjib. Materiały eksploatacyjnec. Usługid. Środki trwałeec. Zmiany projektowe przy rozwoju produktów np. wersje w BOM, terminy

3. Cele prowadzenia negocjacji zakupowych

a. Rozwój współpracy w łańcuchu dostawb. Utrzymanie właściwego poziomu kosztów np. magazynowaniec. Poprawnie obsługi np. produkcji, rynku, projektu

4. Poziomy i metody współpracy z dostawcą z perspektywy zajmowanej pozycji na rynku

a. Przewaga popytu nad podażyb. Przewaga podaży nad popytemc. Ochrona prawna przedmiotu dostawy. Wielkość partnera i udział w rynku – od równorzędny po większy/mniejszy

5. Formalna klasyfikacja zawieranych umów po stronie zakupowej i przenoszenie ryzyka na wskazane strony umowy – trzy główne grupy umów

Dzień 2

1. Kształtowanie składu zespołu negocjacyjnego i przygotowanie do negocjacji

a. Profile osobowości i ich wpływ na zachowania w procesie negocjacyjnymb. Świat emocji i świat racjonalnej analizy – wpływ na proces podejmowania decyzjic. Metody kontroli emocji od eskalacji po wyciszenie – inteligencja emocjonalna w procesie osiągania celu negocjacyjnegod. Planowanie sekwencji działań negocjacyjnych w zależności od planowanych celów – moderowania spotkań/rozmów

2. Realizacja procesu negocjacji

a. Zmiana strategii w trakcie negocjacji b. Przerwy w procesie negocjacji – przypadkowe/zamierzonec. Reakcja na tzw. „wrzutki” w trakcie i po negocjacjach

3. Techniki manipulacji stosowane w negocjacjach i umiejętność ich odczytywania

a. Trzy podstawowe metody obrony lub/i przejęcia kontrolib. Wnioski płynące z „old-school’owych” źródeł wiedzy np. Kabała

4. Metody rozwoju partnerskiej współpracy

a. Umowy ramoweb. Normy jakościowec. Definicja wartości działu zakupów – VOC (Voice of Customer) w obszarze czas, jakość, cenad. Integracja systemów lub spięcie protokołów wymiany danych EDI, XMLe. Rozwój współpracy na poziomie VMI (Vendor Managed Inventory) lub/i składy konsygnacyjnef. Wsparcie dla Pull/JIT/JISg. Concurrent Engineering przy rozwoju nowych produktów h. Usprawnienie pozyskiwania danych zarówno ze świata zewnętrznego, jak i z wnętrza firmyi. Korekty w MRP (planowanie materiałowe po stronie zakupowej) – zasady wprowadzania i określania wielkości partii

5. Podsumowanie zajęć