

„Dział zakupów: prowadzenie projektów zakupowych prowadzenie współpracy z dostawcami, prowadzenie negocjacji z dostawcami”

Opis szkolenia:

Szkolenie opanowaniu sztuki zarządzania działem zakupów, wykorzystuje metodologie zarządzania projektem w procesie zakupów. Uczy i ćwiczy wszystkie procesy/fazy jego wykonania: Faza/Proces Inicjowania; Faza/Proces planowania projektu: Faza/Proces realizacji projektu; Faza/Proces monitorowania projektu; Faza/Proces zakończenia projektu. Trening i uczy jak osiągać założone cele projektu nie ulegając negatywnemu wpływowi i nie wywołując agresji.

Trening służy opanowaniu sztuki negocjacji, uczy przygotowania i prowadzenia negocjacji zakupowych. Kursanci pracują nad następującymi zagadnieniami: struktura: cel-plan-negocjowanie -kontrola i reakcja na nieosiągnięcie celu, czym jest projekt zakupowy, kim są interesariusze projektu, procesy/fazy projektu, wyznaczanie zakresu i posługiwać się głównymi dokumentami, w których opisany jest zakres/cel projektu: Karta Projektu; Wstępna Deklaracja Zakresu Projektu; Deklaracja Zakresu Projektu, ustalanie dla projektu celów w formie SMART, tworzenie planu kierowania projektem: głównie w aspekcie, zakresu, kosztów i czasu, lecz także jakości, komunikacji, ryzyka, zarządzanie zespołem projektowym, komunikowanie się ze wszystkimi interesariuszami, BATNA, modelu harwardzki negocjacji zakupowych, asertywność w komunikacji, wpływ społeczny w toku negocjacji.

Uzyskane umiejętności:

Uczestnik wie czym jest projekt zakupowy, kim są interesariusze projektu

Uczestnik zna procesy/fazy projektu

Uczestnik umie wyznaczać zakres i posługiwać się głównymi dokumentami, w których opisany jest zakres/cel projektu: Karta Projektu; Wstępna Deklaracja Zakresu Projektu; Deklaracja Zakresu Projektu

Uczestnik umie ustalać dla projektu cele w formie SMART i potrafi posługiwać się celami SMART.

Uczestnik w toku projektu umie posługiwać się strukturą: cel-plan-negocjowanie -kontrola i reakcja na nieosiągnięcie celu

Uczestnik umie tworzyć plan kierowania projektem: głównie w aspekcie, zakresu, kosztów i czasu, lecz także jakości, komunikacji, ryzyka

Uczestnik umie koordynować zespół projektowy

Uczestnik umie komunikować się ze wszystkimi interesariuszami

Uczestnik umie określać jakościowe cele w dziale zakupów

Uczestnik umie przeprowadzać audyt u dostawców

Uczestnik umie monitorować zamówienia u dostawców

Uczestnik umie oceniać dostawców

Uczestnik negocjując z dostawcami umie posługiwać się strukturą: cel-plan-negocjowanie -kontrola i reakcja na nieosiągnięcie celu

Uczestnik wie, czym jest BATNA i wykorzystuje tę wiedzę dla przygotowania i przeprowadzania negocjacji.

Uczestnik potrafi negocjować w modelu harwardzkim

Uczestnik rozumie interesy stojące za sporem, nie unika trudnych tematów, jest asertywny w komunikacji – umie komunikować nie wzbudzając agresji i jednocześnie osiągając założone cele.

Uczestnik w toku negocjacji porównuje wykonanie z celem. Umie rozpoznać przyczynę odpowiedzialną za różnicę. Zna sposoby jej usuwania.

Uczestnik wykorzystuje wpływ społeczny w toku negocjacji i umie rozpoznać i odpowiadać na wpływ wywierany na niego.

Program szkolenia:

1) Rola działu zakupów

Miejsce działu zakupów w organizacji

Określenie jakości pracy w dziale zakupów

Prowadzenie współpracy z dostawcami:

Audyt u dostawców

Przygotowanie zamówień

Specyfikowanie wymagań dla dostawców

Monitorowanie zamówień

Ocenianie dostawców

2) Czym jest projekt, czym jest projekt zakupowy

Jak prowadzić projekt zakupowy

Kim są interesariusze i czym jest środowisko projektu

3) Cel/zakres projektu jest najważniejszy

Jakie cele przygotować

Ile celów przygotować

Cel w formie SMART

4) Procesy projektu

Proces inicjowania projektu

Proces planowania projektu

Proces realizacji projektu

Proces monitorowania projektu

Proces zakończenia projektu

5) Asertywna komunikacja we współpracy z dostawcami i negocjowaniu

Budowanie relacji z dostawcą

Asertywność w kontakcie z dostawcą

Sztuka perswazji

6) Negocjacje treść i proces

Jak przygotowywać negocjacje

Co to jest BATNA

Jak prowadzić negocjacje w modelu harwardzkim

7) Negocjacje to wywieranie wpływu

wpływ oparty o wzajemność

wpływ oparty o zaangażowanie i konsekwencję

wpływ nacisku społecznego

wpływ wynikający z bycia lubianym

wpływ autorytetu

wpływ, który pociąga ograniczenie dostępu, niepowtarzalność, bezpowrotność

Metodologia:

Podczas szkolenia wykorzystujemy następujące metody szkoleniowe:

- mini wykłady w Power Point
- gry zespołowe i ćwiczenia w grupach
- dyskusja na forum
- odgrywanie ról
- praca z kamerą i analiza uzyskanego materiału
- mini filmiki szkoleniowe

Informacje organizacyjne:

Ilość godzin szkolenia: 12 godzin / 2dni

Godziny szkolenia: 9:15-15:15

Miejsce szkolenia: ul. H. Sienkiewicza 22, 90-114 Łódź - KM Studio - szkolenia