

Оглавление

Введение	7
Глава 1. Три золотых правила закупщика	10
1. Никогда не соглашайся на первое предложение	10
2. Нет предела низким ценам	12
3. Всегда улучшай условия	18
Глава 2. «Табуретка закупок». Как вести переговоры со сложными поставщиками	23
Шесть составляющих, которые покупает каждый профессиональный закупщик	23
1. Решение	23
2. Экономия	25
3. Сервис	26
4. Надежность	27
5. «Я» продавца	28
6. Стоимость	28
Что закупщик продает своему поставщику	30
1. Решение	30
2. Экономия	33
3. Сервис	34
4. Надежность	35
5. «Я» закупщика	36
6. Стоимость	37
Как правильно продать себя сложному поставщику	40
Схема «Четыре зоны интересов в переговорах»	45
1. Зона личных интересов поставщика	46
2. Зона корпоративных интересов	49

3. Зона взаимных интересов	52
4. Зона ваших интересов	57

Глава 3. Двадцать три приема и метода влияния на поставщиков для получения лучших цен и условий.	68
---	----

1. Усомнитесь в главном достоинстве предложения поставщика	68
2. Если... ..	69
3. В самый последний момент попросите выполнить еще одно условие... ..	70
4. Ссылайтесь на третье лицо	70
5. Всегда требуйте невозможного	71
6. Не просите круглых скидок и не называйте круглые цены	71
7. Потребуйте разложить цену на составляющие. Усомнитесь в справедливости каждой из них	72
8. Никогда не проявляйте энтузиазма к предложенному	73
9. Никакого одобрения, только скептицизм и как можно больше негативных эмоций	74
10. Обещайте исключить из акций или внутреннего продвижения.	74
11. «Спасибо, сейчас не надо. Мы сделали пробный заказ у другого поставщика»	75
12. Запросите завышенный/заниженный объем	75
13. Плохой и хороший полицейский	76
14. Держите паузу	77
15. Ссылайтесь на урезанный бюджет	78
16. Задайте свой сценарий переговоров.	78
17. Полный список условий.	78
18. Скидка на однодневную акцию	79
19. Страшное слово «тендер»	79
20. Попросите выставить счет.	80
21. Спецусловия-исключения.	80
22. Какой у вас запасной вариант?	80
23. Поменяться местами	81

Глава 4. Способы улучшения условий поставки и факторы выбора поставщика	82
Условия закупки	88
Стоимость	88
Скидки	118
Условия оплаты	129
Качество	145
Почему нельзя использовать слово «качество»	145
СЗК – с чего начинается управление качеством	152
Потребительские свойства	172
Соответствие требуемым характеристикам	174
Продукция	184
Ассортиментная матрица	184
Эксклюзивность ассортимента	198
Представленность продукции поставщика на рынке	208
Преимущества продукта	212
Совместимость продукта	220
Упаковка	220
Поставка продукции	230
Исполнение заказа	230
Товарный запас	236
Доставка	239
Документооборот	251
Штрафы	256
Сервис	264
Скорость реагирования на запросы	264
Доступность поставщика	267
Обучение	269
Тестирование и испытания	273
Маркетинговая поддержка	273
Дистрибутивная политика поставщика	283

Затраты.....	289
Затраты из-за нарушения поставок	290
Затраты на хранение и пополнение запасов	294
Надежность.....	307
Цепочки поставок.....	311
Опыт работы поставщика.....	318
Технологии поставщика	326
Обслуживание и поддержка	328
Срок годности продукции	330
Срок эксплуатации.....	332
Гарантия поставщика.....	334
Рекламации, брак	337
Риски.....	341
Финансовая стабильность поставщика.....	344
Активы и ресурсы поставщика.....	352
Резюме главы 4 «Способы улучшения условий поставки и факторы выбора поставщика».....	355
Глава 5. Техника противодействия повышению цен.....	356
Заключение.....	377
Двенадцать карт из книги в большом размере	378
Об авторе.....	379