



Професійний закупівельник - професійний комунікатор

Закупівельники - чемпіони з комунікацій, адже вони мають чи не найбільше в організації каналів і потоків комунікацій: і з ініціаторами, і з постачальниками, і з юристами/ фінансистами, і з керівниками, і з технічними службами тощо... Комунікації для закупівельника - важливий інструмент роботи, володіти яким бажано професійно.

Війна внесла у закупівельні процеси дуже багато змін та нестабільності. У таких умовах закупівельнику доводиться пояснювати можливості функції зараз та управляти очікуваннями колег.

Лідери світових закупівель в дослідженні McKinsey (2021) підтверджують, що починаючи з розгортання пандемії COVID-19, розвиток саме м'яких навичок закупівельників - у них в пріоритеті: частка тих, хто звертаються до розвитку навичок міжособистісного спілкування та емпатії - найбільша, і зросла майже вдвічі за минулий рік. Звісно, що залежно від виробничої ситуації і, власне, предмету закупівлі комунікації зі всіма сторонами можуть відрізнятись за змістом і обсягом, але в будь-якому випадку вони забирають багато часу і зусиль і потребують належного керування.

Ми пропонуємо кілька порад з управління вашими комунікаціями з ініціаторами закупівлі і постачальниками, які допоможуть фахово обмінюватись інформацією, зменшити навантаження і покращити стосунки в колективі.

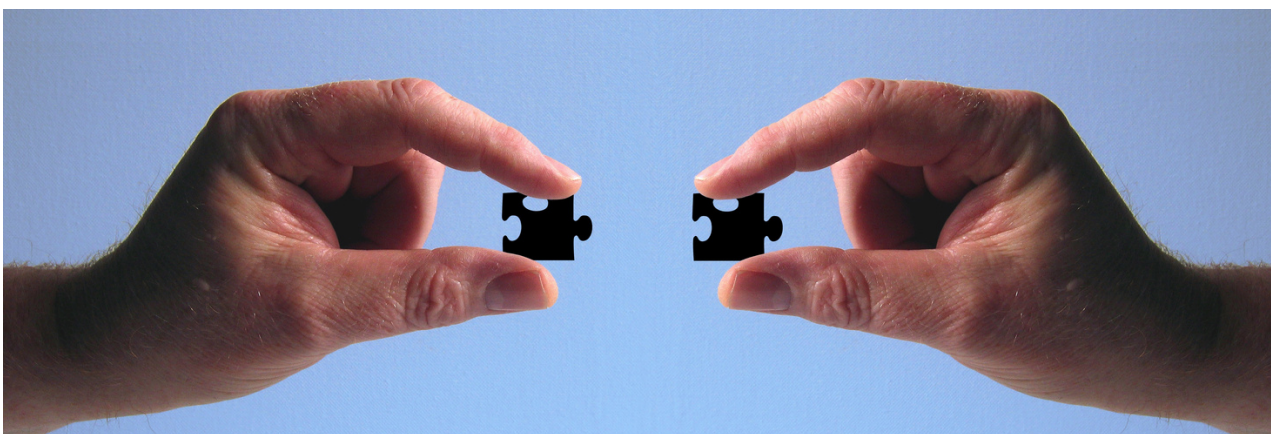




Закупівельник - ініціатор: радник, якому довіряють

.Під час хаосу військових реалій ми радимо вам дивитися на стосунки з вашими колегами, як на можливість спільно досягти результату. Закупівельник зможе порадити, як краще спланувати виробничий процес, враховуючи час на закупівлю та особливості ринку.

Комунікації з ініціаторами закупівлі є надважливою частиною закупівельного процесу, адже остаточне бачення предмету і процесу закупівлі виникає в результаті обговорення саме між цими двома сторонами. Більш того, підтримка спілкування в процесі закупівлі буде корисною для розуміння ініціатором вашої роботи з аналізу ринку, пошуку і оцінці альтернатив, подолання всіх можливих перешкод з логістикою, погодженням і укладанням договору тощо. Тобто, він глибше розумітиме цінність, яку ви приносите, і матиме змогу оцінити ваші зусилля, що призведе до зростання довіри до вас як до фахівця. Час, який ви вкложите в комунікацію з ініціатором, ніколи не буде поганою інвестицією, адже результатом буде не тільки успішно проведена закупівля, а й більш злагоджена командна робота в майбутньому.



Наші поради для управління комунікаціями з ініціатором:

- розробіть або оновіть прості і зручні для вас правила збору заявок від ініціаторів і потурбуйтеся, щоб всі, хто повинен, ознайомилися з цією інформацією;
- якщо такі правила вводяться в організації вперше - то варто зробити невеличку очну зустріч з ініціаторами, пояснити доцільність і очікуваний ефект від правил, разом погодити формулювання, запропонувати ініціаторам стати соавторами;





- послідовно дотримуйтесь затверджених правил і мотивуйте колег, збирайте заявки в чітко окреслені і озвучені строки, але й будьте гнучкими на випадок форс-мажорів;
- оптимізуйте збір заявок через розроблені заздалегідь опитники, анкети, форми тощо, розробіть самі шаблони таких опитників, щоб вони максимально відповідали вашим потребам і полегшували обробку;
- після отримання заявки в залежності від предмету закупівлі ініціюйте за можливості (і за потреби) очну зустріч з ініціатором для уточнення і підтвердження його запиту, поставте уточнюючі питання, зрозумійте контекст закупівлі, виробничу ситуацію, на що важливо звернути увагу, оцініть потребу, запропонуйте альтернативи;
- налагодьте емоційний контакт для подальшого спілкування в процесі закупівлі;
- поцікавтесь баченням ініціатора і опишіть йому ваше бачення етапів закупівельного процесу бажаного предмету закупівлі і повідомте його про очікувані строки;
- обов'язково поверніться до ініціатора після аналізу ринку, повідомте про результати, оцініть варіанти разом;
- оберіть з ініціатором і використовуйте бажано один канал для письмових комунікацій в процесі закупівлі (ел. пошта, корпоративні комунікатори, месенджери), щоб Ви були впевнені, що ваші повідомлення будуть вчасно отримані і опрацьовані;



- час від часу повідомляйте ініціатору про хід закупівлі, консультуйтеся у разі потреби, завжди повідомляйте йому, до якого часу вам потрібна відповідь на те чи інше питання;





- якщо з огляду на предмет закупівлі ви організовуєте очну зустріч з постачальниками - то запросіть на таку зустріч ініціатора, можливо, пропрацюйте разом сценарій і питання;
- обов'язково разом з ініціатором зробіть аналіз закупівлі товару/послуги, зробіть висновки на майбутнє, проведіть роботу над помилками;
- починайте нову закупівлю для того ж ініціатора з аналізу попереднього кейсу вашої "спільної" закупівлі, намагайтесь бути ефективним, передбачуваним партнером і вдосконалюйте свої навички комунікацій від закупівлі до закупівлі.

Закупівельник - постачальник: партнер для створення цінності

Початок активних військових дій проілюстрував, наскільки важливо мати гарні відносини зі своїми постачальниками. Ба більше, мати репутацію гарного контрагента та довіру постачальників на ринку.

Не менш важливою частиною закупівельного процесу є комунікація з постачальниками, і тут закупівельник теж може управляти процесом спілкування на користь всіх задіяних сторін. Основною тенденцією в світових закупівлях є зміна ставлення до постачальника як до суперника на користь побудови довірливих, передбачуваних стосунків і партнерства. Якщо у вас є гарний постачальник - станьте дійсно його улюбленим клієнтом, з яким приємно спілкуватися, вести справи, вирішувати складні питання. У зв'язку з розривом ланцюгів постачання і логістичною кризою, які розпочалися з розгортанням пандемії COVID-19 і посилилися з війною в Україні, вже не можна буде покладатись на одного і того ж постачальника роками, доведеться розширювати пошук і налагоджувати нові контакти. Крім того, нові виклики вимагатимуть більш гнучкого спілкування, швидких рішень, і саме довіра, високі стандарти ведення справ і ваша конструктивність в роботі з партнерами стане важливим фактором успіху закупівлі.





Наші поради для управління комунікаціями з постачальниками:

- починаючи з перших контактів з постачальником задайте високу професійну планку вашого спілкування: ваше гідне представлення, грамотне оформлення ділового листування, правильність мови і термінології, гарне орієнтування в предметі закупівлі і знання ринку викличуть повагу і довіру протилежної сторони;
- прийміть той факт, що побудова стосунків з постачальниками - це певний процес, розтягнутий в часі, крім того, ваші комунікації будуть носити характер періодичних або циклічних, у разі повторюваних закупівель або консультацій, тож гарне враження "доведеться" справляти не один раз і краще робити це щиро, професійно та з урахуванням потенційної майбутньої співпраці;
- пам'ятайте, що для компанії-постачальника ви є обличчям вашої організації, ваш образ і стиль роботи в тому числі буде впливати на сприйняття вашого бренду;
- більше пояснюйте про стандарти і вимоги до ведення бізнесу вашої організації, особливості виробництва і плани, щоб вони не здавалися партнерам обмеженнями, а навпаки створювали впевненість щодо налагоджених процесів і сприяли зміцненню довіри;
- дотримуйтесь етичних правил і норм, не обманюйте партнерів, у разі складних ситуацій продумуйте наперед аргументи для підсилення і пояснення вашої позиції;
- погодьте строки і формат комунікації, оберіть канали для усного/письмового спілкування і послідовно їх дотримуйтесь;





- якщо постачальники є представниками іншої культури - поцікавтесь наперед особливостями ділової комунікації і ведення бізнесу в цій країні / регіоні для більш глибокого розуміння дій і мотивів партнерів;
- якщо ви відмовляєте постачальнику у придбанні його продукту - надавайте зворотній зв'язок і повідомляйте причини відмови, щоб партнери знали, що їм потрібно покращити, і приходили на ваші тендери в майбутньому з кращими пропозиціями;
- будьте проактивними у спілкуванні, пропонуйте рішення і альтернативи, ставте питання, вивчайте разом ваші категорії, і ця інформаційна співпраця стане підґрунтям добрих довготривалих стосунків.

Якісні комунікації - важливий фактор професійного успіху закупівельника

Отже, перетворити комунікації з додаткового навантаження на інструмент управління стосунками з ініціаторами / постачальниками можливо. В результаті ви отримаєте задоволення від спільної роботи, конструктивного діалогу, зниження стресу й ефективно і спокійно проведених закупівель!

NB: Нагадуємо, що на програмах CEP KSE ми приділяємо увагу розвитку м'яких навичок для закупівельників. В програмі "Фахівець з публічних закупівель" студенти отримують Довідник з комунікацій, де є вправи й інструменти для аналізу і створення ефективних повідомлень, а на програмі "Закупівельний менеджмент" крім Довідника розглядаються приклади правильної й хибної аргументації, надаються поради для підготовки і проведення переговорів.

Центр вдосконалення закупівель Київської школи економіки:

+380674347205

cep@kse.org.ua

FB: <https://www.facebook.com/CEP.KSE>

