

与采购建立良性沟通 适当地理解，换位思考 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/288/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_8E\\_E9\\_87\\_87\\_E8\\_B4\\_AD\\_E5\\_c123\\_288318.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/288/2021_2022__E4_B8_8E_E9_87_87_E8_B4_AD_E5_c123_288318.htm) 有人说：“顾客能买到什么样的商品完全取决于采购选择什么样的商品。”采购就是零售商设置的一个门槛,他决定着商品是否能进场销售，在进场后的销售过程中能否给予厂家和商品支持，给予怎样的支持。对做大卖场的供应商人员而言，取得采购的好感、信赖和支持是非常重要的。只有通过采购建立良好的关系，才能将商品带到消费者的面前，消费者也才能自由地选择到更满意的商品。因此很多供应商将如何与采购人员进行沟通作为业务员培训的重头戏。采购的权力有多大？要走近采购，仅仅知道他们是卖场的“VIP”人物是不够的，供应商的业务人员还必须了解采购在卖场的哪些具体经营环节发威。

1. 影响商品在卖场的进出。采购的重要权力之一在于他部分决定商品能否在卖场销售。采购几乎每天都要就各种商品的进场、维护与供应商谈判。如果一个新供应商的业务人员不能与采购良好沟通，采购就无法从他那里了解到关于这家供应商及其商品的正确信息，也就无法做出正确的判断，这就意味着这家供应商的商品很难正常进场销售。那些已经进场的商品，也可能因为供应商业务人员与采购沟通的不到位，而得不到卖场好的管理和支持，甚至被对供应商极度反感的采购给下架。
2. 决定供应商投入卖场的费用额。卖场给采购定下的场地费、促销费等费用指标是有弹性的。在一定的原则范围内，采购可以直接决定厂家在卖场投入费用（包括进场费用、促销费用、年节管理费等）的多少。因此，除了

遵守一定的谈判规则，供应商更愿意与采购拉近关系，以博取采购人员的同情或好感，从而使采购人员站在供应商的立场上思考问题，并积极地为厂家进厂及维护费用。

3. 控制卖场的陈列。商品的陈列会直接影响到实际的销量。尽管卖场的陈列一般按既有规则执行，但还是受到很多人为因素的影响。可以说，在许多大卖场里，采购控制甚至决定着卖场的陈列，如正常排面的陈列和促销区的陈列尤其是促销区的陈列，因为大部分卖场的促销陈列并没有特别严格的明文规定，很多时候是由采购来决定的，也就是说采购的意志决定促销的陈列从而决定销量。

4. 掌握对供应商付款的权力。货款是关系到供应商生死存亡的重要因素，大部分供应商考核业务人员能力的重要依据之一就是回款的多少。商品进货以后，根据合同约定，货款到期时由采购做付款工作。通常，采购不会无缘无故拖欠或止付供应商账款，但是，如遇特殊情况（如供应商在此期间与采购发生利益冲突，并且双方将矛盾激化到不可收拾的局面），采购很可能会冻结供应商货款。而如果供应商与采购正处于良性沟通阶段，即使此时客观原因导致卖场无法正常结款，采购也会积极寻找解决办法，及时将货款结出。

是什么阻碍沟通？采购的重权在握，决定了供应商与采购建立亲密关系，不仅有利于双方在卖场的原则内迅速达成协议、愉快合作，而且还有利于供应商打漂亮的“擦边球”。许多卖场的政策都有采购可以帮助供应商通融的地方。诸多好处，使得供应商们一致认为业务人员与采购的良性沟通至关重要。虽然如此，由于沟通双方各为其主产生的利益冲突，或由于采购人员与业务人员自身的问题，分歧在所难免，争吵也时有发生，问题也就随之产生，造成不

良的沟通。主要问题有以下几种：本文来自博锐管理在线 [www.boraid.com](http://www.boraid.com)

1. 费用问题：谈判就是为了达到特定目标，利用各种手段与对手展开的判断。双方要价僵持不下，互相不肯让步，无法在费用问题上达成共识。
2. 陈列问题：很多情况下，卖场必须按照自己的陈列原则陈列商品，与供应商的要求有较大出入。
3. 信息传达问题：供应商与卖场之间信息的不透明、不对称，造成很多活动无法很好地执行。
4. 价格问题：采购最关注的是各卖场同一商品的价格，价格的波动经常导致双方争论不休。
5. 时间问题：在货款、商品陈列期、促销期等问题上，双方对时间长度的期望是不一样的。比如，在付款问题上，供应商期望卖场结款周期越短越好，而卖场却期望结款周期拉长再拉长。同时，对采购来说，时间就是金钱，他们通常工作繁忙，导致的卖场库存问题、商品问题、账款问题没有及时很好地解决等，而供应商只能在一旁干着急。
6. 支持与配合问题。采购要承担各类经营指标，在激烈的竞争环境下，他们的压力是很大的，需要供应商的支持与配合。如果供应商做不到，采购就会采取一些极端措施，如账款冻结、商品下架等，迫使供应商让步。
7. 双方的综合素质、个人心态、喜好等。采购需要什么？技巧是“修炼”出来的。办法总比困难多。作为供应商的业务人员，尽管在与采购的沟通中存在以上诸多沟通障碍，我们还是可以通过自身努力找到消除这些障碍的有章可循的沟通技巧。一般来说要与采购良性沟通，业务员可以从以下几方面进行“修炼”：
  1. 提高自己的基本素质。一些大的供应商对业务人员的素质要求很高，而且在招聘业务人员的时候都把沟通能力作为要件之一。因此一些在面试时“过五关斩六将”

才得以上岗的业务员，总觉得自己基本素质很高、沟通能力很强，不需要再提高。其实不然，因为你所需要的素质不是由你自己而是由你的沟通对手采购决定的。采购每天与不同的供应商打交道，眼界和经验都非一般的业务员可比。业务员只有不断提高自身素质，才不致在采购的伶牙俐齿面前丢尽自己和公司的颜面。

2. 培养良好的职业习惯和礼仪。要注重仪容仪表的整洁，这是对公司形象的展示也是对采购的尊重。要制订规律性的客户拜访计划，提前预约，并遵守时间，让采购做好充分的准备工作，增强沟通的效果，切忌贸然造访，在匆忙之间采购只会采取应付的态度。

3. 保持冷静，明辨是非。在充分了解卖场需求的基础上，判断采购所提要求的合理与否，如果不合理且违背公司政策，应表明自己的立场，坚持原则；将人与事分开，避免与采购发生不必要的冲突，千万不要立马翻脸，将事情搞僵，在最恶劣的时候也要记得给采购留面子，这也是为自己留退路。

4. 适当地理解，换位思考。设身处地为采购考虑，在公司能够承受的条件范围之内尽力给予采购他所需要的东西。其实，好的业务员应该懂得怎样在为卖场提供支持的同时争取更多的资源。只有你给予的是采购需要的，才是有效的付出，如果你立足于为采购解决困难，就更容易博得采购的信赖和好感，当然就会得到更多。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)