



التوريد الاستراتيجي وإدارة علاقات الموردين (SRM)

22 - 26 Feb 2027

لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن



التوريد الاستراتيجي وإدارة علاقات الموردين (SRM)

المرجع: 1283_7894 التاريخ: 22 - 26 Feb 2027 الموقع: لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن الرسوم: SAR 23000

العوق التقني: مهارس - أسلوب التطبيق: لعب أدوار

مقدمة

تحسن مؤسسات كثيرة اختيار مورديها، ثم تتعامل مع أهمهم كما تتعامل مع أي مورد آخر. فتوقع العقود، ولا يراجع الأداء إلا عند وقوع الإخفاق، وتتراكم مخاطر الاعتماد على المورد دون أن يلاحظها أحد، ولا يطلب من الموردين الابتكار الذي يمكنهم تقديمه. تربط هذه الدورة من كور كونسبت قرارات التوريد الاستراتيجي بالإدارة المنضبطة للعلاقات التي يجب أن تليها. ويصنف المشاركون قاعدة مورديهم، ويقارنون خيارات التوريد على أساس التكلفة الإجمالية، ويضعون الحوكمة وبطاقات الأداء، ويتدربون على المراجعات والمفاوضات والتصعيد، ثم يخرجون بخطة علاقة استراتيجية مع مورد حيوي.

أهداف الدورة

- تحليل قاعدة الموردين وتقييم نضج إدارة علاقات الموردين باستخدام بيانات الإنفاق والعلاقات
- تصنيف الموردين بمصفوفة Kraljic ونموذج تفضيل الموردين Preferencing Supplier، وتحديد نهج التوريد والعلاقة لكل فئة
- تقييم خيارات التوريد على أساس التكلفة الإجمالية للملكية ومعايير الاختيار المرحجة
- إرساء الحوكمة وبطاقات الأداء وإجراءات المراجعة الدورية للموردين الاستراتيجيين
- قيادة مراجعات الموردين والمفاوضات والتصعيد بها يحمي القيمة والعلاقة معا
- إعداد خطة العلاقة الاستراتيجية مع المورد بصيغة جاهزة للاعتماد القيادة

الفئة المستهدفة

- مديرو المشتريات والتوريد المسؤولون عن مجالات الإنفاق الحيوية
- مديرو علاقات الموردين المسؤولون عن الموردين الاستراتيجيين
- مديرو العقود والشؤون التجارية المشرفون على أداء الاتفاقيات الكبرى
- مديرو سلاسل الإمداد والعمليات الذين تعتهد استثمارية أعمالهم على موردين رئيسيين
- مديرو فئات الإنفاق المنتقلون من إدارة المنافسات إلى إدارة الموردين على المدى الطويل
- مديرو الجودة وتطوير الموردين المسؤولون عن رفع قدرات الموردين

محاور الدورة

اليوم الأول: التوريد والعلاقات مع الموردين في سياقها

- روافع القيمة في التوريد الاستراتيجي وتحليل مكعب الإنفاق
- تحليل قاعدة الموردين بأسلوب باريتو للإنفاق
- تقييم نضج إدارة علاقات الموردين في الحوكمة والنفرد والبيانات
- طيف العلاقات: التعاونية والتعاضدية والتحاليف الاستراتيجية
- جمع المتطلبات الداخلية باستخدام مصفوفة RACI

اليوم الثاني: أطر التوريد وإدارة العلاقات

- مصفوفة Kraljic لتحديد موقع التوريد
- نموذج تفصيل الموردين وجاذبية العميل في نظر المورد
- نموذج التكلفة الإجمالية للملكية TCO في قرارات التوريد
- دورة حياة العلاقات التعاونية وفق المواصفة ISO 44001 لإدارة علاقات الأعمال التعاونية
- نموذج Vested للعلاقات القائمة على النتائج

اليوم الثالث: قرارات التوريد وحوكمة العلاقة

- مصفوفة قرار التصنيع أو الشراء والتوريد من مصدر واحد أو مصادر متعددة
- بطاقة اختيار الموردين المراجعة مع معايير الاستدامة وفق ISO 20400
- ميثاق حوكمة العلاقة: الراعي التنفيذي وهالك العلاقة ووتيرة المراجعة
- بطاقة الأداء المتوازن للمورد وتعريفات مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs
- تصميم جدول أعمال المراجعة الربعية للأعمال وسجل المتابعة

اليوم الرابع: مخاطر العلاقة وتطوير الموردين وخلق القيمة

- تقييم مخاطر الاعتماد على المورد بما يتوافق مع ISO 31000
- ضوابط البند 8.4 من ISO 9001 للعمليات المقدمة من جهات خارجية
- برنامج تطوير الموردين وخطة الإجراءات التصحيحية
- خلق القيمة المشتركة ومسار الابتكار بقيادة المورد
- تشخيص انهيار العلاقة وتخطيط استراتيجية الخروج

اليوم الخامس: لعب الندوار وخطة العلاقة الاستراتيجية مع المورد

- لعب أدوار في التفاوض مع المورد باستخدام تحليل BATNA و ZOPA
- لعب أدوار في مراجعة أعمال مع مورد متدني الأداء
- لعب أدوار في التصعيد: إخفاق التوريد والتزامات المعالجة
- إعداد مسودة خطة العلاقة الاستراتيجية مع المورد
- عرض الخطة على لجنة توجيهية افتراضية

المهارات المكتسبة

- تصنيف قاعدة الموردين
- تحليل التكلفة الإجمالية للملكية
- إدارة أداء الموردين
- تصميم حوكمة العلاقات
- التفاوض التجاري
- تطوير الموردين
- تقييم مخاطر الموردين
- خلق القيمة التعاونية

لهذا تحضر هذه الدورة

- تخرج بخطة علاقة استراتيجية مع مورد محدد، وقد عرضتها أمام لجنة توجيهية افتراضية
- تدبر مراجعة صعبة أو حالة تصعيد مع المورد بهيكل تدريب عليه بدلا من الارتجال
- تنقل النقاش مع الموردين الرئيسيين من السعر إلى قيمة وابتكار يقاسان بشكل مشترك
- تتبادل الخبرات مع مديرين من قطاعات التصنيع والخدمات والطاقة وسلاسل الإمداد الحكومية

الخاتمة

تتحقق قيمة المورد بعد توقيع العقد، من خلال العلاقة التي تليها. تنتقل هذه الدورة من تحليل قاعدة الموردين وتصنيفهم، مرورا بقرارات التكلفة الإجمالية والاختيار، وصولا إلى الحوكمة وبطاقات النداء وتطوير الموردين ومخاطر العلاقة. ويتدرب المشاركون في اليوم الأخير على المفاوضات والمراجعات وحالات التصعيد التي تختبر العلاقة، ثم يحولون ما تعلموه إلى خطة علاقة استراتيجية مع المورد، فيمتلكون طريقة منظّمة لإدارة أهم مورديهم بوصفهم شركاء على المدى الطويل.