

# 需求预测与库存控制

产品名称	需求预测与库存控制
公司名称	深圳华致赢管理技术服务有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区新安街道办裕安路南侧二十五区普安工业区B栋二至六层四楼435号
联系电话	0755-29654556

## 产品详情

需求预测与库存控制

培训时间：2022年03月25-26日

培训对象：企业总经理、采购总监/经理/主管、生产/品质/计划/物料经理、资深采购工程师、采购人员、供应人员等

课程背景：

掌握正确的需求预测方法并合理地控制各类库存，才能消除企业供应链管理中的心病！不同行业的供应链职能存在差异性，如采购、制造、服务行业会各自采用不同的需求预测方法以及库存配置，正是因为存在这种差异，所以必须结合企业的实际情况来开展有效的需求管理与库存控制工作，以便使企业产品供应链运作更加流畅，对下游客户的交付更加顺利。

课程目标：

确定企业所有核心部门参与供应链管理的必要性

企业进行供应链管理变革必经的四个阶段

公司客户关系管理流程的重塑

客户赢利报告与产品服务协议（PSA）制作

公司需求管理流程的建立

改善需求预测的方法

成品库存控制策略

库存管理的平衡术

课程大纲：

第一讲：企业内部供应链管理

1.供应链管理范畴

2.商业流程管理

3.供应链管理流程

客户关系管理

供应商关系管理

客户服务管理

需求管理

订单履约

制造过程管理

产品开发及商业化

退货管理

4.标准商业流程的要求

5.使用供应链管理流程要获得跨部门的参与

6.供应链管理的关键链接

7.衡量客户关系管理和供应商关系管理的财务影响

8.在供应链上建立高绩效的关系

9.概述企业内部供应链管理框架

SCOR

GSCF

案例:1+1>2

实战演练：绘制企业产品供应链形态图

讨论：企业市场和销售部门参与产品供应链管理的必要性

确定需求管理目标和战略

确定预测操作规划

对信息流进行规划

确定同步规程

建立应急管理系统

制定指标评估模板

3.运营级需求管理

收集数据/信息

预测

同步

降低多变性和提高灵活性

业绩评估

案例：运用销售团队综合法进行需求预测

讨论：需求预测流程应该自上而下还是自下而上

实战演练：时间序列预测

第二讲：客户关系管理流程运作

1.CRM的流程框架

2.战略级客户关系管理

审核公司及营销战略

确认对客户进行细分的标准

为产品及服务协议的区别程度提供指南

制定与客户分享流程改善收益的指南

3.运营级客户关系管理

细分客户

筹建客户/细分客户管理小组

内部审核客户

辨识与客户合作的机遇

制定产品与服务协议

实施产品与服务协议

评估业绩并生成盈利报告

案例：CRM优先

实战演练：制作客户赢利分析报告

讨论：嘉悦国际恼人高库存的根源在于CRM

第三讲：需求管理流程运作

1.供应链关键业务流程之需求管理

战略子流程

运营子流程

2.明确需求的数量

3.明确需求数量变化规律

4.明确需求数量的方法

情景分析法

定量分析法（直观法、简单平均法、加权平均法）

基于计算机的物料需求计划系统，这类预测并非需求预测

5.需求预测方法

6.供应链管理的类型：将供应链战略与需求不确定对接

7.运营商供应链协同处理：对供应链进行协同

8.需求多变性的原因及解决方案

讨论：定量订货与定期订货策略各自的使用场景

## 第四讲：库存管理与控制

### 1.库存管理的重要性

### 2.库存分类

ABC分类

### 3.库存准确性和完整性

跟踪发出和退回

检验库存水平

核销

考核准确性

### 4.库存政策和程序

库存估价

### 5.补货和优先级工具

库存持有成本

库存订货成本

确定订单的大小

可变订单系统

安全库存

库存控制系统

### 6.库存补货趋势

库存合并

JIT库存管理

库存计划

供应商管理库存

### 7.库存的处置

投资回收原则

剩余物品的分类

处置市场

主题案例：

- 1、利用库存调节产品供应链物流节奏
- 2、定量订货与定期订货在制造企业库存管理中的应用

实战演练：库存物料ABC计算

讨论：如何避免汽车铝合金压铸件领域里的“牛鞭效应”

专家介绍：

徐鲲老师--采购供应链管理实战专家

英国诺丁汉大学供应链管理硕士

武汉大学工商管理硕士（MBA）

美国供应管理协会（ISM）职业培训师

美国供应链管理专业协会（CSCMP）特聘讲师

英国皇家采购与供应学会（CIPS）特聘讲师

英国皇家物流学会（ILT）特聘讲师

联合国国际贸易中心（ITC）“国际采购与供应链管理”

项目咨询顾问

中国物流与采购联合会（CFLP）授证讲师

国内供应链管理理论与实践相结合的先行者

徐老师培训三大特点：

协调胜于控制—充分发动学员的参与感，强调辩论出真知，在课堂现场探究提炼出的结论让学员更有成就感；

形散神聚—教学形式生动丰富，蕴藏知识主线于其中，每堂课程都能将碎片化的知识凝练成系统；

追踪式辅导—督导学员在课后不断实践课堂中学习的知识，并变通应用于日常工作中。

服务客户：

中国移动、中国电信、中石油、中石化、中海油、东风汽车、南方电网、中粮集团、神华集团、云南白药、英国BP、荷兰皇家壳牌、德国博世、日本东芝、日立存储、韩国LG、广汽本田/丰田、上海大众、乐视汽车、比亚迪、猎豹汽车、四维尔丸井、成飞集团、南玻集团、鸿图科技、京东商城、苏宁云商、唯品会、格力空调、美的集团、新宝电器、格兰仕、TCL集团、德赛数码、海信电器、创维集团、卡尔蔡司光学、深圳传音控股、海德照明电器、北大方正、台电科技、神舟电脑、海尔电脑、漫步者科技、奋达集团、航嘉电源、朗科集团、中兴通讯、Oppo、Vivo、魅族、传音控股、科德电子、科陆电子、风华高科、国威电子、致丰微电器、太上集团、欧派厨柜、华帝股份、阿斯丹顿、红星美凯龙、台湾徐福记、康师傅集团、阿尔卑斯奶糖、金威啤酒、广东金苹果、乐高食品、顺丰速运、海王药业、三九药业、丽珠集团、联邦制药、一致药业、南北药行、汤成倍健等。。。