



NEGOCIAÇÃO COM FORNECEDORES

TUDO O QUE VOCÊ PRECISA
SABER SOBRE O ASSUNTO

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	3
------------	---

O USO DA TECNOLOGIA PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES	7
---	---

COMO FAZER BENCHMARKING DE QUALIDADE	9
---	---

A BUSCA E A AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES	17
--	----

A ESTRATÉGIA DO LEILÃO REVERSO	21
--------------------------------	----

GESTÃO DE COTAÇÕES E DE PEDIDOS	22
------------------------------------	----

A CONSTRUÇÃO DE UM RELACIONAMENTO PRÓXIMO	23
--	----

NEGOCIAÇÃO COM FORNECEDORES: AS MELHORES PRÁTICAS PARA REDUZIR CUSTOS

Em um mercado global extremamente competitivo, sobretudo em cenários de crise econômica, existe uma grande pressão nas empresas para diminuir custos e adotar processos mais eficientes.

Para muitas empresas, o setor de compras responde a uma significativa parcela do orçamento. Isso significa que implementar melhorias e otimizar a **gestão de compras** em um empreendimento pode ter um impacto substancial na rentabilidade de um negócio.

Nesse contexto, investir em boas práticas de negociação com fornecedores é crucial. Afinal, essa é uma das funções mais importantes do profissional de compras. Porém, a questão não é tão simples e envolve desafios.

Negociações com fornecedores têm como fim determinar a melhor relação custo-benefício para a empresa, garantindo principalmente preço e condições de pagamento adequados, o melhor prazo de entrega e alta qualidade dos produtos.

Seja para renovar um contrato com um fornecedor existente ou para firmar termos com novos contatos, empresas precisam apostar em técnicas de bons negócios, ao mesmo tempo em que constroem um bom relacionamento com sua fonte.

Para ajudar a explorar as transações ao máximo e atingir seus objetivos, preparamos este conteúdo como um guia para aperfeiçoar a negociação com seus fornecedores e promover um e-procurement eficaz.



1. PROXIMIDADE

Uma das melhores práticas de **gestão de compras** é cultivar um bom relacionamento com fornecedores, especialmente aqueles confiáveis e que oferecem qualidade.

O objetivo é estabelecer um trabalho de parceria mútua, baseado na **colaboração**, no qual todos saem ganhando.

O modelo de trabalho em parceria é uma forma que cultiva a fama de ser eficaz para negociar melhores prazos, vantagens e descontos. Além disso, ao fortalecer a relação com seu fornecedor, empresas conseguem ajuda para divulgar seus produtos e mantêm a reposição de seus estoques sempre em dia.

Fornecedores parceiros também são grandes aliados na hora do desenvolvimento de novos produtos e podem compartilhar informações preciosas de mercado, abrindo novas possibilidades de negócios para empresas.



2. LIMITES E OBJETIVOS FIXADOS

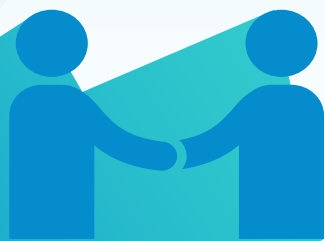
Negociações B2B, em geral, são mais assertivas, uma vez que empresas fazem um planejamento, calculam custos, preveem orçamentos e detêm uma demanda específica.

Assim, definir suas necessidades e limites é fundamental para manter as transações objetivas e conseguir o melhor negócio.

Quanto mais conhecimento e controle a empresa tem, mais efetivamente ela consegue negociar melhores preços e condições e, ao mesmo tempo, entende quais concessões podem ser feitas.

**PARA TODA NEGOCIAÇÃO
BEM-SUCEDIDA, ESTEJA
SEMPRE PREPARADO:**

**TENHA EM MENTE O PREÇO MÁXIMO
QUE SE PODE PAGAR E O DO QUE
SE PODE ABRIR MÃO.**



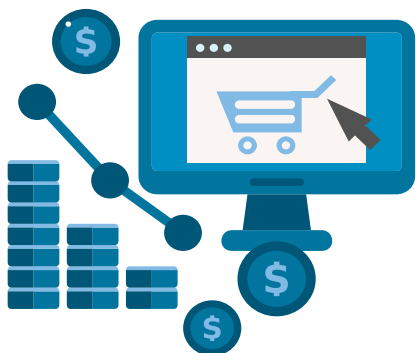
3. PODER DE BARGANHA

Como falamos, parte fundamental do setor de compras é encontrar bons fornecedores que agreguem valor às operações da empresa. Todavia, até mesmo um excelente fornecedor pode sofrer com intempéries. De uma hora para outra, ele já não consegue mais oferecer bons serviços ou produtos por um preço razoável.

Assim, manter-se aberto a novos contatos e ao que eles têm para oferecer, conhecer outros materiais alternativos para sua produção, pesquisar e saber mais sobre o trabalho de outros fornecedores, são ações úteis para a negociação. Quanto mais informação uma empresa tem, melhor ele consegue comparar todas as alternativas e identificar o melhor negócio.

Ao mesmo tempo que tem mais conhecimento, tem maior controle na negociação. Com as informações certas, a empresa consegue barganhar melhores preços, prazos e condições de pagamento.

Vale ressaltar a importância de manter o clima amistoso e de confiança que foi criado entre você e seu fornecedor. Estimular uma disputa não é uma medida inteligente, uma vez que ele pode preferir romper negócios com sua empresa.



O USO DA TECNOLOGIA PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES

Devido a sua grande importância para a cadeia produtiva da empresa, a escolha de uma fonte de fornecimento é, sobretudo, uma decisão estratégica de alto impacto para o sucesso de um negócio, para os resultados e para a performance e produtividade de todos os setores de uma empresa.

Fundamentalmente, o setor de compras concentra grandes responsabilidades: além de planejar aquisições, deve buscar os melhores termos de negociação, cuidar do fluxo de entrega dos materiais, gerenciar fornecedores e aproveitar ao máximo os recursos financeiros da empresa.

Atualmente, a internet e a **tecnologia** — por meio de ferramentas especializadas para o setor de compras — trouxeram grandes mudanças para a área, **automatizando processos**, elevando a produtividade e conferindo mais eficiência aos procedimentos.



Pesquisar preços e **fornecedores** se tornou uma tarefa mais ágil e precisa com o auxílio da internet e de sistemas inteligentes desenvolvidos sob medida para as necessidades do setor de compras, como o **e-procurement**.

Essas plataformas acompanham, em tempo real, as cotações de insumos, controlam o estoque, entre outras funções que permitem a execução de procedimentos de forma rápida e tomadas de decisão ágeis, mantendo o fluxo de suprimentos contínuo.

Faz parte do trabalho da área de compras levantar contatos, manter a lista de fornecedores atualizada e monitorar cada um deles continuamente, baseado em aspectos como qualidade do produto, preço, prazo e facilidade de pagamento.

Uma ferramenta digital otimiza o tempo da equipe de compradores, que não precisa mais examinar catálogos, fazer diversas ligações e acompanhar muitos e-mails. Em uma mesma plataforma, é possível gerenciar vários fornecedores para um mesmo item, entrar em contato com eles e iniciar as negociações com segurança e transparência.



COMO FAZER BENCHMARKING DE QUALIDADE?

Amplamente adotado por empresas em todo o mundo, o benchmarking pode ser entendido, em linhas gerais, como uma estratégia de comparação e análise do concorrente, com o objetivo de estudar erros e acertos do competidor e usar esses dados para aperfeiçoar as práticas da própria organização.

Dessa maneira, o benchmarking é usado para que uma empresa consiga elevar a qualidade de seus processos, melhorar a gestão e adotar melhores práticas por meio de uma análise do que está sendo feito pela concorrência.

Identificar cases de sucesso na área da gestão de compras, estudar seus processos e quem são seus fornecedores e entender como as informações coletadas podem ser implementadas na sua empresa, agregando valor as suas operações é um exemplo de como é feito o benchmarking.

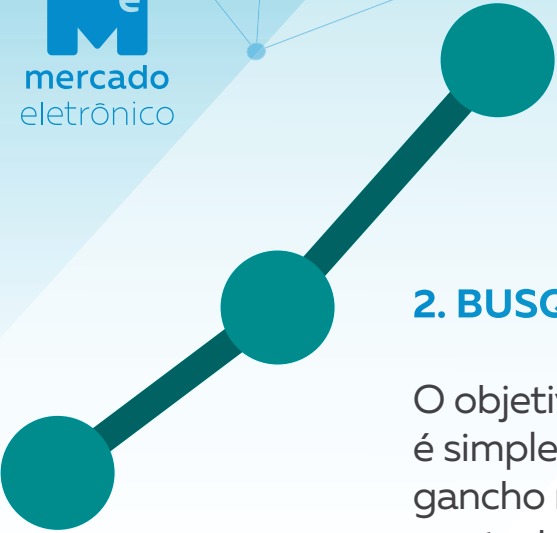
Contudo, esse processo pode não dar certo para todas as empresas. Isso pode acontecer porque, muitas vezes, a estratégia não é conduzida da melhor forma. Conheça alguns passos que o ajudarão a acertar no benchmarking:

1. PROCURE POR EMPRESAS DE SUCESSO

Muitas empresas tendem a olhar para outras cujo desempenho não é tão favorável como forma de justificar sua própria performance, repetindo a conhecida frase: “a situação não está boa para ninguém mesmo”.

Todavia, no mundo dos negócios, o olhar deve ser diferente. Foque sua atenção em empresas de sucesso que, independentemente do cenário mundial, conseguem alcançar bons resultados, e estude o que pode ser adotado no seu empreendimento. Ou seja, o ideal é se basear nas melhores do mercado, buscando descobrir:

- Quais são práticas que elas usam para se destacar?
- Quais são os pontos fracos da minha empresa e o que preciso mudar?
- Como faço para implementar as ações do concorrente em minha empresa?
- O que posso fazer para superar o que já é feito pelo concorrente?



2. BUSQUE SUPERAR RESULTADOS

O objetivo do benchmarking bem feito não é simplesmente copiar o concorrente. Pegando gancho na última questão do tópico anterior, use todas as informações que conseguiu do estudo dos competidores para buscar formas de fazer melhor na sua empresa, adaptando as ideias à realidade do seu negócio e dos seus clientes.

Assim, analise a proposta do concorrente e pense em como ela pode ser aperfeiçoada. Que outras características e recursos podem agregar ainda mais valor e oferecer um grande diferencial para seu cliente?

3. NÃO SE ATENHA APENAS A GRANDES EMPRESAS

O benchmarking pode e deve envolver todo tipo de concorrente. Muitas empresas tendem a acreditar que apenas companhias grandes representam de fato um case de sucesso, porém, isso não é necessariamente verdade.

Uma grande loja de departamentos pode estar perdendo clientes para uma pequena boutique de bairro. Nesse contexto, é importante entender o que está acontecendo e o que provoca essa mudança.

A ELABORAÇÃO DO PLANO DE AÇÃO PARA NEGOCIAR

Uma negociação com fornecedores bem feita, fundamentada em um plano de ação bem estruturado, fará toda a diferença e garantirá muitas vantagens para a empresa. Confira cinco dicas para se planejar antes da negociação com fornecedores:

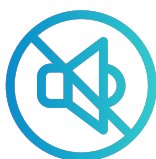


1. DEFINA SUAS NECESSIDADES

Planeje-se muito bem antes. Tenha certeza da quantidade de produtos de que você precisa, quanto quer pagar por eles, até quando pode realizar pagamentos, os prazos de entrega necessários para sua produção e, por fim, os limites de seu orçamento.

Com pouco conhecimento, corre-se o risco de ficar rapidamente sem argumentos frente ao fornecedor na hora da negociação e poderá acabar concordando com um negócio desfavorável.

Assim, prepare, organize e estruture a estratégia previamente. Dessa maneira, é possível transmitir mais segurança e avaliar melhor todas as alternativas dadas pelo fornecedor, além de persuadi-lo com mais facilidade para alinhar suas expectativas as dele.



2. NÃO FALE EM EXCESSO

O fornecedor precisa saber exatamente do que você precisa. Porém, falar mais do que deve pode colocar as negociações em risco. Se você revelar muito sobre o material que precisa ou seus prazos limites, pode acabar perdendo seu poder de argumentação e ficar na mão de um fornecedor.

Guarde algumas informações para se manter no controle da negociação com fornecedores e conseguir seus objetivos ao fim.



3. USE ESTRATÉGIAS DE COMPRA

Algumas táticas podem assegurar boas condições. Pagar à vista, por exemplo, quase sempre garante um excelente desconto.

É importante lembrar que essa prática deve ser feita com cautela, e somente envolvendo produtos cuja venda é certa. Caso contrário, você corre o risco de ficar com itens parados no estoque.

Comprar mais com um mesmo fornecedor ou investir na compra casada também são formas de conseguir bons preços e outras vantagens.

Em ambos os casos, a aquisição dos produtos deve ser cuidadosamente planejada pelos gestores para evitar prejuízos para a empresa.



4. CONTINUE PESQUISANDO

Mesmo que você tenha encontrado um excelente fornecedor, é sempre um grande risco ficar na mão de apenas um prestador de serviço. Tenha sempre um plano B e outros contatos na manga dispostos a negociar condições melhores.

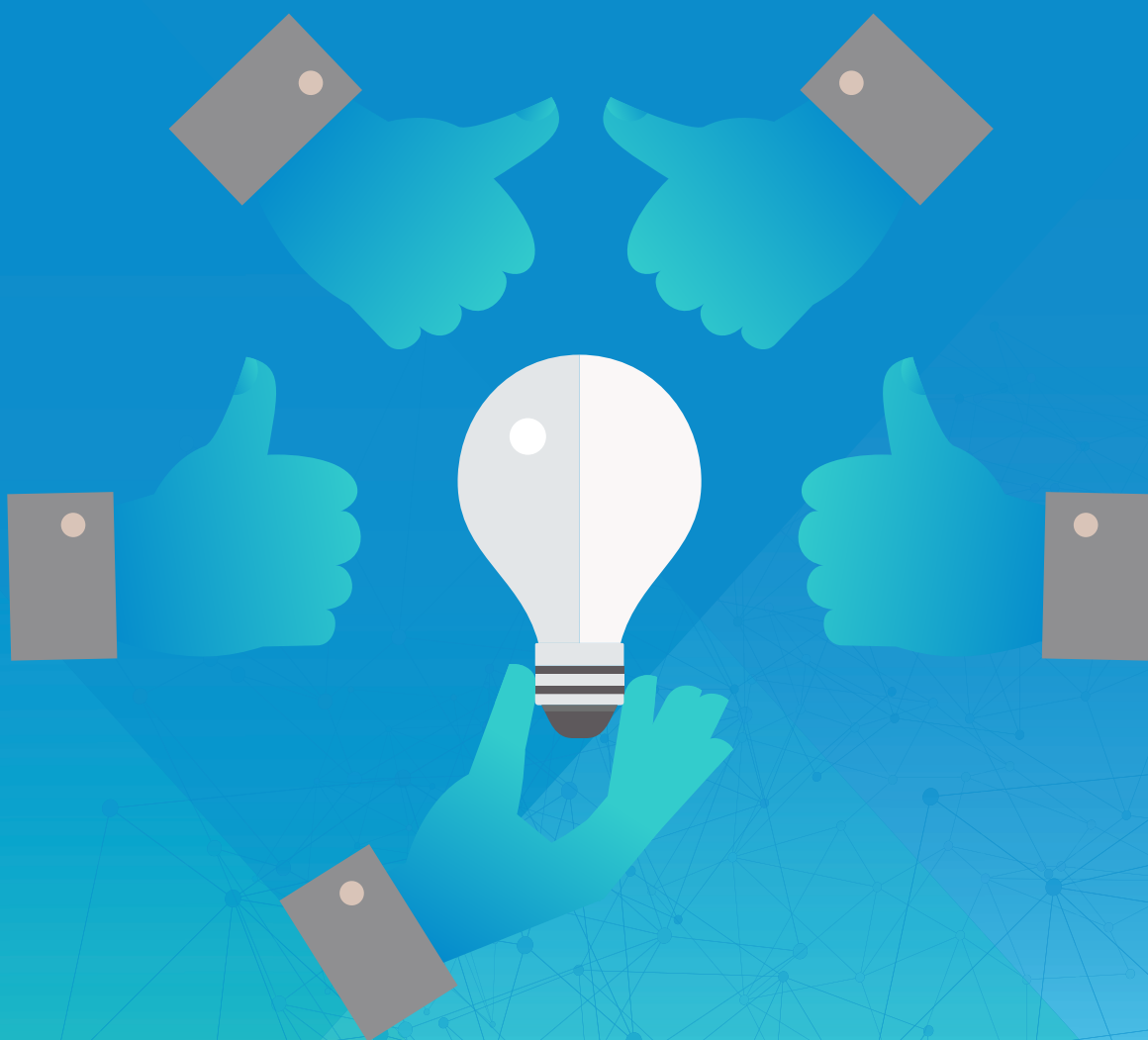
Assim, é sempre uma boa prática continuar pesquisando, comparando preços e descobrindo novos fornecedores que podem ter materiais bem interessantes para oferecer.

Nesse cenário, a tecnologia de e-procurement é uma aliada, uma vez que agiliza o processo e ajuda gestores nessa pesquisa.

Sem alternativas de outros contatos, a empresa fica em uma posição desfavorável na negociação com fornecedores, sem poder fazer muitas escolhas ou objeções.

5. APROVEITE OPORTUNIDADES

Comprar produtos sazonais em uma época de alta demanda não é uma boa estratégia. Se sua empresa trabalha com toalhas de praia, por exemplo, pode valer a pena negociar a compra na baixa temporada, durante o inverno, e estocá-las até o verão. A falta de procura pelo produto possivelmente forçará o fornecedor a vender mais barato.





A BUSCA E A AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES

A busca e **avaliação de fornecedores**, a fim de determinar quais serão os melhores parceiros de uma empresa, é uma função crucial da gestão de compras. Empresas dependem de bons materiais para oferecer os melhores produtos ou serviços para seus clientes.

Assim, a fonte de fornecimento de uma empresa deve estar alinhada com as estratégias da instituição, garantindo o fluxo contínuo da cadeia produtiva.

Nesse cenário, como eleger os fornecedores certos e estabelecer o melhor critério de avaliação? Veja algumas práticas:

1. ESPECIFIQUE SEUS CRITÉRIOS

Elabore uma lista com os critérios que fornecedores devem atender para trabalhar com sua empresa e atender a suas demandas.

Essa listagem o ajudará a avaliar melhor os potenciais prestadores de serviço e não deixará nenhum ponto importante esquecido. **Considere, entre outros, itens como:**

- prazos de entrega
- quantidade mínima e máxima de pedidos
- meios de entrega
- formas e condições de pagamento
- qualidade e segurança dos processos
- política de devolução
- referências de outros clientes desse fornecedor

2. LEMBRE-SE DE QUE PREÇO NÃO É TUDO

A redução de custos é importante para as operações e sobrevivência de um negócio. Contudo, na maior parte das vezes, um serviço muito barato não costuma ser sinônimo de qualidade. Assim, não use o preço como fator determinante na escolha de um fornecedor.

No fim das contas, o cliente final associará um produto ou serviço de pouca qualidade a sua empresa, e não ao fornecedor.

Prefira atingir uma relação entre custo-benefício, a fim de não sacrificar a qualidade e prestar um mau serviço para os clientes. Além disso, priorize segurança e confiabilidade. Se o fornecedor oferece bons preços, porém não entrega no prazo, ele não é um bom parceiro de negócios.

3. PEÇA E AVALIE COTAÇÕES

Com base nos critérios que você determinou, solicite cotações com informações detalhadas e compare cada uma delas a fim de encontrar aquelas que pareçam atender perfeitamente as suas demandas.

Nesse contexto, conforme dissemos, as ferramentas de e-procurement são fundamentais. Elas simplificam a solicitação a comparação de cotações, agilizando o processo como um todo. Com a precisão oferecida pela tecnologia, a empresa dificilmente optará por um fornecedor inadequado que possa prejudicar seu negócio.

4. ACOMPANHE A PERFORMANCE DO FORNECEDOR

O trabalho da gestão de compras não termina quando os fornecedores são selecionados. É muito importante manter um contato contínuo com os prestadores do serviço e realizar avaliações de performance regularmente.

Monitorar o desempenho do fornecedor é uma prática que ajuda a empresa a confirmar se o fornecedor continua cumprindo com o prometido. Caso as avaliações não sejam favoráveis, os gestores podem, então, buscar novas parcerias ou renegociar contratos.



A ESTRATÉGIA DO LEILÃO REVERSO



Diferentemente de leilões tradicionais, nos quais os compradores tentam adquirir um produto e, para isso, precisam dar lances cada vez maiores, o **leilão reverso** é uma estratégia muito utilizada por empresas para garantir os materiais de que precisam pelas melhores ofertas.

Nele, a empresa informa, em uma plataforma online de leilão reverso, os produtos que necessita e, então, vários vendedores cadastrados competem para conseguir fazer negócio com os compradores. Assim, o preço vai diminuindo, o comprador avalia as propostas oferecidas e ganha quem faz a melhor oferta pelo mesmo produto.

Essa estratégia traz uma série de benefícios para uma empresa. Além de conseguir ampliar a carteira de fornecedores, conhecer novos contatos e assegurar preços mais competitivos, o leilão reverso reduz significativamente o tempo de negociação com fornecedores e fechamento de uma compra.

O sistema online permite negociações mais ágeis, dinâmicas e transparentes. No fim, a empresa aproveita a oportunidade de uma grande redução de custos, uma vez que o leilão é realizado em um ambiente de alta competitividade. Certamente, é uma tática que confere mais eficácia para o procedimento de compras.



GESTÃO DE COTAÇÕES E DE PEDIDOS

Procurar por boas ofertas, analisar cotações e diversos pedidos é algo que requer tempo e dedicação da equipe. Para otimizar a gestão de compras e explorar todas as oportunidades do mercado, garantindo o melhor negócio para sua empresa, é possível aprimorar os processos de compra e adotar táticas para reduzir custos. Confira:

1. GESTÃO DE REQUISIÇÕES

As requisições feitas pelos compradores podem ser otimizadas. Automatize os processos de recebimento, efetivação e gestão das requisições para ter mais organização, controle e mais eficiência. Com um domínio maior das informações, o setor consegue obter resultados mais expressivos e evitar erros.

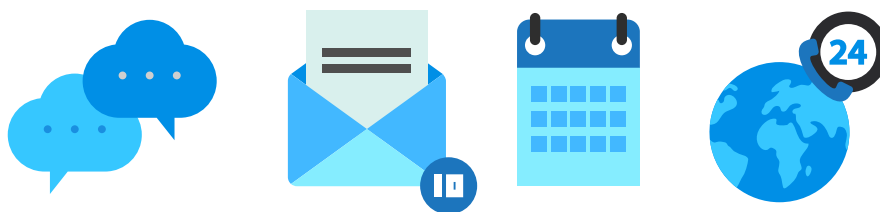
2. GESTÃO DE COTAÇÕES

Gerenciar com maestria as cotações é determinante para buscar os melhores preços e comprar produtos superiores. Isso tem um impacto na rentabilidade da empresa tão significativo quanto as vendas.

Portanto, aperfeiçoe os meios de procura e comparação de propostas com o uso de ferramentas digitais e com estratégias como o leilão reverso.

3. GESTÃO DE PEDIDOS

É imprescindível acompanhar todos os passos de uma compra, desde o pedido até o recebimento. Essa prática proporciona mais organização e melhor controle do estoque, evitando tanto a falta de materiais quanto o acúmulo desnecessário de itens.



A CONSTRUÇÃO DE UM RELACIONAMENTO PRÓXIMO

Quando se gerencia uma instituição que trabalha com a venda de produtos ou serviços, é primordial reconhecer que os fornecedores são parceiros de negócio. Afinal, sem os insumos que eles fornecem, você dificilmente conseguiria tocar seu empreendimento. Assim, tratá-los como aliados é a melhor forma de garantir negociações de sucesso.

Ser claro, honesto e respeitoso durante as negociações, assim como honrar pagamentos e sempre procurar por meios nos quais ambos os lados saem ganhando com uma transação é a premissa da colaboração.

Estas são estratégias mais benéficas do que querer sempre tirar vantagem ou alimentar a rivalidade com fornecedores.



Desse jeito, empresa e fornecedor constroem um histórico de confiança mútua e um relacionamento mais próximo. Quando você se esforça para estabelecer um bom relacionamento com seus fornecedores, eles vão querer servi-lo mais e melhor, podendo oferecer descontos, cobrir demandas emergenciais ou apresentar produtos inovadores em primeira mão.



Assim como nos relacionamentos pessoais, para manter uma relação duradoura e firme no cenário entre comprador e fornecedores é preciso estabelecer um princípio de confiança, especialmente em momentos difíceis quando sua empresa estiver precisando de suporte.



**No mais, lembre-se sempre:
contar com um bom fornecedor
ao seu lado é primordial.**

Portanto, inicie contatos com fornecedores com a intenção de criar um relacionamento mais próximo, fiel e alinhado, no qual ambos se beneficiam. Se você estabelecer alianças de amizade e confiança, seu prestador de serviço certamente vai priorizar fazer negócios com você, disponibilizando os melhores insumos, oferecendo descontos e outras condições especiais.

Por fim, o respeito e a parceira são aspectos-chave para a construção de um relacionamento próximo e longo com seus fornecedores, capazes de gerar impactos muito positivos para seu negócio.

Agora que você conhece as melhores práticas e está bem informado sobre boas estratégias de negociação com fornecedores, poderá trabalhar para aperfeiçoar a gestão de compras de sua empresa, minimizar gastos e elevar sua lucratividade!

Quer ficar por dentro do universo das compras corporativas?
Assine a nossa [newsletter](#) e receba sempre o melhor conteúdo sobre o mercado B2B.