

„Wer einkauft, hat hundert Augen nötig, wer verkauft, nur eins.“

Dem Lieferanten auf den Zahn fühlen – Methodentraining für Einkäufer

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Einkauf bekommt aktuell zunehmend zentrale Bedeutung für Unternehmen, da erforderliche Kostenreduktion in Verbindung mit der Sicherung ausreichender Liquidität hier stark positiv beeinflusst werden kann. Ergebnisverbesserungen sind oftmals nur noch über Kostensenkung im Zulieferbereich möglich. Oft haben wir es dabei mit Märkten zu tun, wo es nicht nur wenige Zulieferer und damit kaum Wettbewerb gibt, sondern auch ein großer Teil der Wertschöpfung auf diese übertragen wird.

Geht es Ihnen auch so, dass schlüssige Antworten auf folgende Fragen gefunden werden müssen?

- Zeigen uns die eingehenden Angebote der Zulieferer immer den besten Preis?
- Wo sind zusätzliche Verhandlungsspielräume, die konkret genutzt werden können?
- Muss ich auf ein Angebot des Lieferanten warten, oder kann ich vielleicht schon in der Frühphase der Produktentwicklung Aussagen über einen Preis treffen? Wie kann man konkret vorgehen?
- Wo führen Produkt- und Prozessverbesserung zu weiteren Einsparpotentialen?

Die Methoden, um Antworten auf diese Fragen zu erhalten, erleben Sie in...

„Dem Lieferanten auf den Zahn fühlen - Methodentraining für Einkäufer“!

Zwei Tage, die Ihnen viele neue und nützliche Erkenntnisse für Ihre zukünftigen Gespräche mit Lieferanten bringen werden. Wir verfügen als Trainer über umfassende Erfahrung aus der Beschaffung im Bereich Automotive, wo man diese Methoden bereits erfolgreich anwendet.

Wir führen die Veranstaltung auch gerne für Sie und Ihre Mitarbeiter exklusiv bei Ihnen - Inhouse - durch.

Es freut sich auf Sie



Heiko Balkenhohl
Inhaber

Dem Lieferanten auf den Zahn fühlen – Methodentraining für Einkäufer

Kurzbeschreibung:

Der Einkauf bekommt zunehmend zentrale Bedeutung für die Steigerung des Unternehmenswertes. Ergebnisverbesserungen sind oftmals nur noch über Kostensenkung im Zulieferbereich möglich. Zeigen die Angebote immer den besten Preis? Wo sind zusätzliche Verhandlungsspielräume und wo führen Produkt- und Prozessverbesserung zu weiteren Einsparpotentialen?

Zielgruppe:

Einkäufer und kaufmännische Entscheider (m/w) sowie Mitarbeiter, die im Bereich F&E eng mit der Beschaffung zusammen arbeiten.

Inhalte:

- Zielpreise schätzen mit **Statistischer Angebotsanalyse (univariate/multiple Regression)** und **Best of Benchmark**.
- **Beschaffungsumfangsanalyse** zur Nutzung von Scale-Effekten.
- **Kalkulationsanalyse** zur Plausibilisierung von Lieferantenpreisen.
- **Wertanalyse** zeigt Potentiale zur Produktoptimierung auf.
- **Quality Function Deployment** zur Reduktion der Variantenvielfalt und behält die Kundenanforderungen im Blick.

Ihr Nutzen:

- Sie erweitern Ihre Methodenkenntnis zur Analyse von Lieferantenangeboten.
- Sie lernen durch die Anwendung der Methoden die wesentlichen Kostenhebel Ihrer Produkte besser kennen (was macht ein Produkt teuer?).
- Sie können auch bei komplexen Produkten in Märkten mit geringer Wettbewerbsintensität – sogar bereits in der Frühphase der Produktenentwicklung - Zielpreise bestimmen.
- Sie erfahren, wie die einfache Anwendung von Qualitätsmethoden sowohl den Produktnutzen erhöhen als auch die Variantenzahl reduzieren und damit helfen kann, Kosten zu reduzieren.

Kosten und Anmeldung:

- Inhouseveranstaltung für max. 16 Teilnehmer möglich – sprechen Sie uns an!

Angebotspreise
des Lieferanten
plausibilisieren

Zielpreise
erfolgreich
bestimmen

Argumente für
Lieferanten-
verhandlungen
erarbeiten

Die Methoden-
kompetenz
steigern

Kostenhebel
erkennen und
nutzen

Die Qualitätsan-
forderungen des
Kunden halten

Am Praxisbeispiel
lernen