

Dienstleistungen und indirekte Güter richtig einkaufen

NUTZEN	<p>Das Seminar zeigt die Besonderheiten des Einkaufs von indirektem Material und Dienstleistungen auf und vermittelt was der Einkauf tun muss, um die Einbindung durch die Fachabteilungen zu erhöhen und die Einsparerfolge zu steigern. Die Teilnehmer erhalten konkrete und handfeste Lösungen, die sie sofort in die Praxis umsetzen können, um einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg zu leisten.</p>
INHALTE	<p>Innerbetriebliche Zusammenarbeit als Erfolgsfaktor</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Bedarfsträgern: Warum Beziehungsmanagement wichtig ist ▪ Wenn die Fachabteilung (noch) selbst einkauft: Methoden, damit der Einkauf stärker eingebunden wird. <p>Bedarfsanalyse von indirekten Materialeinkäufen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Keiner weiß, was nun: Wo wird eingekauft? Was wird eingekauft? ▪ Strategische Ansätze zur Bedarfsanalyse und Lieferantenreduzierung ▪ Kostensenkungspotenziale identifizieren und bewerten <p>Ausschreibungs- und Vergabeprozesse im Dienstleistungseinkauf</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausschreibungsmethoden: Lastenheft versus Pflichtenheft ▪ Der Ausschreibungsprozess für Dienstleistungen ▪ Wie Dienstleister identifiziert und systematisch qualifiziert werden ▪ Ideenwettbewerbe als Schlüssel für nachhaltige Kostensenkungen ▪ Entscheidungskriterien bei der Lieferantenauswahl und -beurteilung ▪ Der Unfug mit den Stundensätzen <p>Vertragsverhandlung & Vertragsabschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategische und taktische Aspekte bei der Verhandlungsvorbereitung ▪ Erfolgsstrategien und Erfolgswerkzeuge für die Vergabeverhandlung ▪ Wesentliche Vertragsarten im Dienstleistungseinkauf <p>Kontrolle und Bewertung der Leistungserfüllung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Methoden und Kennzahlen zur Beurteilung der Leistungserbringung ▪ Durchsetzung von Ansprüchen bei schlechter Leistungserbringung
DAUER	2 Tage (Seminar Nr. SRM01-D)
ZIELGRUPPE	Einkaufsmitarbeiter, Einkaufsleiter, Lead Buyer
METHODIK	Fachvortrag, Diskussion, Gruppenarbeiten, vielfältige Praxisbeispiele
VORAUSSETZUNGEN	Kenntnisse des strategischen Einkaufs