

Lead Buyer Strategien und Methoden

NUTZEN	Die Teilnehmer lernen wie Lead Buyer Konzepte erfolgreich geplant und effektiv umgesetzt werden. Sie lernen, wie unternehmensübergreifend Bedarf gebündelt, ausgeschrieben und vergeben wird, um Kosten zu senken, die Lieferantenbasis zu verkleinern, die Versorgung sicherzustellen oder um ein einheitliches Qualitätsniveau zu schaffen.
INHALTE	<p>Einführung und strategischer Ansatz</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erfolgsfaktoren für den Aufbau von Lead Buyer Organisationen ▪ Aufgaben und Verantwortlichkeiten von Lead Buyern ▪ Fachliche und persönliche Anforderungen an Lead Buyer ▪ Stolpersteine beim Aufbau von Lead Buyer Organisationen ▪ Die 10 Grundregeln für erfolgreiche Lead Buyer Organisationen <p>Umsetzung von Lead-Buyer Strategien</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektmanagement in Lead Buyer Organisationen ▪ Effektive Zusammensetzung von Lead Buyer Teams ▪ Organisatorische Einbindung von Lead Buyer Teams ▪ Führung von Lead Buyer Teams: Teambildung und Teamentwicklung ▪ Interkulturelle Lead Buyer Teams: Gefahrenpotenziale & Lösungen ▪ Herausforderungen für die Führung von virtuellen Lead Buyer Teams ▪ Konfliktmanagement in Lead Buyer Teams ▪ Gewinnung von Unterstützung aus der Linienorganisation ▪ Identifikation und Berechnung von Kostensenkungspotenzialen ▪ Der Ausschreibungs- und Vergabeprozess mit Lead Buyer Teams ▪ Tools und Checklisten für das Management von Lead Buyer Teams <p>Controlling der Ergebniswirksamkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kennzahlen zur Überwachung und Steuerung der Erfolgsfortschritte ▪ Ergebniswirksame Berechnung der Einsparerfolge ▪ Aufbau und Inhalte der Berichterstattung ▪ Aufgaben und Verantwortlichkeiten nach Projektabschluss
DAUER	2 Tage (Seminar Nr. MW02-DE)
ZIELGRUPPE	Strategische Einkäufer, Einkaufsleiter, Mitarbeiter aus Fachabteilungen
METHODIK	Fachvortrag, Fallbeispiele, Gruppenarbeiten, „Best-Practice“ Werkzeuge
VORAUSSETZUNGEN	Keine