



Leergang

Categoriemanagement LCA



Veel Inkoopprofessionals kampen met het probleem dat de dagelijkse realiteit het altijd wint van de onzekere, onduidelijke en vooral abstracte toekomst. Want of je nu actief bent als inkoopster in de eerste fases van het inkoopproces om te komen tot een overeenkomst met de potentieel meest geschikte leverancier(s), of dat je als contractmanager probeert alle prestaties op elkaar af te stemmen en aan te passen aan de veranderende werkelijkheid, er is altijd wel iets wat met spoed aandacht vereist.

Vinger aan de pols

In zes dagen (plus een terugkommiddag) gaan wij tijdens deze leergang kijken en leren hoe het structureel werken aan een inkooppakket (Categorie), los van de dagelijkse besommingen, jou kan helpen om juist in die dagelijkse inkoopprocessen tijdwinst te boeken en om verbeteringen meteen toe te passen en niet te laten wachten tot het volgende contract.....

Ook bij Categoriemanagement vormt voor ons de business focus het uitgangspunt; gericht op prestaties die de klant raken, die aansluiten op het bestaansrecht van de organisatie, die onderscheidend vermogen en concurrentievoordeel opleveren. Want alleen die prestaties rechtvaardigen deze investering in tijd, energie en geld.

Zo kan bij een organisatie die zich van anderen onderscheidt door een hoge mate van klantgerichtheid in bijvoorbeeld de vorm van een effectief klantcontactcentrum, dit centrum als 'categorie' worden benaderd. Immers, wanneer een klant naar dat centrum belt met een vraag, is het krijgen van een tevreden stemmend antwoord afhankelijk van de onderling samenhangende prestaties van meerdere leveranciers én de eigen organisatie.

Wanneer één van die prestaties achterblijft, blijft het tevreden stemmende antwoord uit. Een categorie hoeft dus niet persé te bestaan uit gelijkvormige producten of diensten.

Analyses.

Onze aanpak van Categoriemanagement rust op vier analyses: de interne analyse (eigen organisatie, processen, mensen en ontwikkelingen), de externe analyse (klanten, leveranciers, technologie en maatschappij), de supply chain analyse (voortbrengingsketens en kostenstructuren) en de analyse van verbeterpotentieel binnen die drie gebieden. Allen vanuit het oogpunt van business focus, resulterend in een categorieplan.

Continu.

Een categorieplan is nooit 'klaar'. Alles verandert voortdurend. Een categorieteam, samengesteld uit belanghebbenden uit diverse disciplines, houdt continu vinger aan de pols en past waar nodig het Categorieplan aan. Zo geeft een Categorieplan altijd de laatste stand van zaken weer. Dit biedt de mogelijkheid om direct afspraken en prestaties aan te passen aan de nieuwe werkelijkheid of geeft alle benodigde informatie om een nieuw inkoopproces te starten. Specifiek marktonderzoek, of de gekunstelde procedure van 'marktconsultatie' bij aanbestedingen, is dan overbodig. Je kunt dus sneller een nieuwe vraag in de markt zetten. Voor veel aanbestedende diensten is dit een prima middel om 'onrechtmatigheid' door té laat beginnen, terug te dringen.

Voor wie

Zowel ervaren als beginnende categoriemanagers kunnen hun voordeel doen met deze leergang. Onze verfrissende kijk op het brede inkoopvak geeft nieuwe inzichten en verse aanknopingspunten voor de verdere verbetering of invoering van categoriemanagement. Maar ook voor inkoopsters en contractmanagers biedt het stof tot nadenken. Enige ervaring met inkoop en/of contractmanagement is wel een vereiste. Je functioneert op HBO-niveau.

Resultaat

Na het doorlopen van deze leergang:

- Benader je categoriemanagement met business focus (met het oog op de klant, met het oog op geld verdienen in plaats van geld uitgeven);
- Heb je voldoende kennis van en inzicht in categoriemanagement, contractmanagement, inkoop en de invloed van de menselijke psyche daarop, om binnen de eigen organisatie categoriemanagement op een moderne wijze in te voeren of te verbeteren;
- Heb je aangescherpte beïnvloedingsvaardigheden;
- Beschik je over een uitgebreide (digitale) toolkit om een categorieplan op te kunnen stellen en de analyses voor jouw organisatie uit te voeren;
- Lees je alles na in een interactief eBook (EPUB3) voor op de iPad en android tablets;
- Heb je eeuwigdurende toegang tot de meest recente lesmaterialen voor deze leergang (updates).

Data, lokatie en Prijs

Kijk op www.inkoopacademie.nl om te zien waar en wanneer je deze leergang kunt volgen en wat de actuele prijs is. Bij de prijs van deze leergang zijn koffie/thee, lunches en diners, het interactieve, digitale eBook en de templates en tools inbegrepen.

Programma

Onderstaand programma is indicatief. Per leergang wordt de detailinhoud afgestemd op en met de deelnemers. Zodanig dat zij daar het meeste resultaat in hun dagelijkse praktijk mee behalen.

Dag 1.

- Introductie
- Mindset; inkoop, Contractmanagement en Categoriemanagement

Dag 2.

- Categoriemanagement; wat is het?
 - Wat is een Categorie?
 - Samenstellen Categorieteam
 - Waaruit bestaat een Categorieplan?
- Communicatie

Dag 3.

- Interna Analyse
 - Interne processen
 - Belanghebbenden en belangen
 - Onderlinge verhoudingen

Dag 4.

- Externe Analyse
 - Klanten
 - Leveranciersmarkt
 - Omgeving

Dag 5.

- Supply Chain analyse
 - Voortbrengingsketens
 - Kostenstructuren
 - Verschil prijs, kosten, uitgaven

Dag 6.

- Analyse Verbeterpotentieel
 - Wanneer is iets een verbetering?
 - Hoe te implementeren

Contact.

InkoopAcademie BV
Borneolaan 2, 1217 HA Hilversum
t: 035 - 624.38.25
w: www.inkoopacademie.nl

