

## **Der/die Einkaufsleiter/in im mittelständischen Unternehmen / 2 Tage**

Immer häufiger rückt der Einkauf in den Bereich der strategischen Unternehmensplanung. Es ist deshalb seitens der für das Materialmanagement Verantwortlichen zwingende Pflicht, kontinuierlich die modernen Instrumentarien, die neuzeitlichen Führungsmethoden und das Zeitmanagement kritisch zu prüfen und dort, wo es notwendig erscheint, korrigierend einzugreifen

### **Seminarziel:**

Optimierungs- und Gewinnreserven in der persönlichen Arbeitsweise, im Markt, beim Lieferanten und im eigenen Unternehmen zu erkennen und daraus ein Konzept zu gestalten, um dem eigenen Unternehmen kurzfristig Nutzen zuzuführen, der durch Kennzahlen wirkungsvoll sichtbar gemacht werden soll..

### **Zielgruppe:**

Einkaufsleiter/innen der mittelständischen Industrie und deren Stellvertreter, Facheinkäufer und Techniker, die Einkaufsaufgaben übernommen haben oder übernehmen werden.

### **Themenfolge:**

#### **1. Tag**

- **Der Einkauf:**
  - **Gegenwärtige und zukünftige Perspektiven**
- **Der/die Einkaufsleiter/in**
  - **Ideales Persönlichkeitsprofil**
  - **Optimales Kenntnisprofil**
- **Strategisches Instrumente:**
  - **Bedarfsplanung:**
    - **Welche Dispositionstechnik ist für Ihr Unternehmen optimal?** -
- **Beschaffungsmarketing**
  - **Methoden der Marktformung**
  - **Zeitgemäße Beschaffungsmarktforschung**
  - **Internetaktivitäten**

#### **2. Tag**

- **Make-or-buy - Analyse und Wertanalyse:**
  - **Richtige Vorbereitungstechnik**
  - **Teamauswahl**
  - **Chancen und Risiken, den Lieferanten einzubeziehen**
- **Die Bestellung:**
  - **Optimierungsmöglichkeiten**
  - **Vertragsarten richtig wählen**
  - **Terminsicherung geht vor Terminmahnung**
- **Kostensenkungsprogramme:**
  - **Kennzahlensysteme**
  - **Ermittlung der Kennzahlen**
  - **Ergebnisaufbereitung und Präsentation**