



Themenplan zum Training:
Einkauf mit Persönlichkeit

Nur vollständig
mit verbalem Beitrag !

Persönlichkeitsentwicklung im Einkauf

Voraussetzungen für erfolgreiches Einkaufen sind:

- Fachwissen
- Durchsetzungsvermögen
- Persönlichkeit

Die Aufgabenstellung des Einkaufs setzt Fach-, Branchen- und einen gewissen Grad von technischem Wissen voraus. Dies ist eine reine Lernsache.

Durchsetzungsvermögen ist abhängig von der Persönlichkeit des Einkäufers. Jeder kann und muss an seiner Persönlichkeit arbeiten.

Einkaufen heißt nicht, sich in der Beziehungs- und Gesprächsgestaltung des geschulten Verkäufers zu verlieren und dabei das „EINKAUFEN“ zu vergessen. Nach diesem Seminar werden Sie nach Zielen suchen und in Form von Renditesteigerungen finden.

Die Aufgabe des Einkaufs

- Verantwortung des Unternehmenserfolges
- Beitrag zur Renditesteigerung - nicht nur durch den Preis alleine

Wertigkeit des Einkaufs

- „Prügelknabe“ oder „Mitgestalter“ am Erfolg des Unternehmens?
- Bewußtsein über die Einflussgrößen der Verantwortung.
- Gesteigertes Werteempfinden der eigenen Handlungen schafft Motivation.

Was kauft der Einkauf ein?

Nicht für alle Belange des Einkaufs gelten die gleichen Prioritäten. Die begrenzten Ressourcen an Zeit und Möglichkeiten müssen zielführend abgewogen werden. Hierzu gehört für die Kernaufgaben eine sinnvolle Synergie zur technischen Abteilung. Diese wird durch gemeinsame Zieldefinitionen gesichert. Voraussetzung sind neben einem motivierenden Charakter, messbare Größen und Arbeiten mit Zielen.

Verantwortlichkeit

Ohne Übernahme von Verantwortung – kein Erfolg!

1. Schnittstellen

Die Verantwortung muss schnittstellenübergreifend verstanden und gelebt werden. Dies ist zur Unternehmenszielerreichung nicht nur förderlich, sondern unerlässlich.

2. Delegieren

Delegieren heißt Vertrauen. Dies bedeutet – auch Verantwortung abzugeben. Welche Verantwortung bleibt?

Persönlichkeitsarbeit

Bestandsaufnahme und Sensibilisierung zu den Themen:

- Fachwissen
- Empathie
- Sympathie
- Das 4 Ohren Modell
- Wahrnehmung
- Authentizität



Nur vollständig
mit verbalem Beitrag !

Transaktionsanalyse

Nicht nur wichtig für die Beziehung zwischen Einkäufer und Verkäufer, sondern auch in allen Gesprächssituationen

Trotz des Begriffs Analyse im Namen, zielt die TA auf eine bewusste Veränderung im Verhalten gegenüber sich selbst und anderen ab. Vermittlung einer Methode der humanistischen Psychologie, die hilft und dazu anregt, sich mit dem eigenen Verhalten und den damit verbundenen eigenen Normen, Erfahrungen und Gefühlen auseinanderzusetzen. Hierdurch wird ein Weg, der produktiven Beziehungen zu anderen aufgebaut - veränderungs- und ergebnisorientiert. Über eingefahrene Verhaltensmechanismen hinaus, ermutigt die TA dazu, kritische Situationen objektiv zu klären, neue Verhaltensalternativen zu erkennen, diese Alternativen in der Praxis einzusetzen und sich zunehmend bewusster zu verhalten. Die Erarbeitung in der praktischen Anwendung der TA bereitet den Grundstein für die Gesprächsführung mit der Fragetechnik.

Kontaktaufnahme und Einschätzung des Gesprächspartners:

- Rapport
- Augenbewegungsmuster
- Landkartenmodell

Fragetechnik

Mit einer bewussten Anwendung der Fragetechniken lassen sich Gesprächsziele verfolgen. Des Weiteren gewährleistet die Beherrschung der Technik eine ausgewogene Transaktion.

Einkaufstaktiken

Erarbeiten der zielführendsten Einkaufstaktiken von „zu Teuer“ über „das Pricing“ bis „Guter Mensch - Böser Mensch“.

Die Entscheidungsmatrix

Durch die Erstellung einer Entscheidungsmatrix wird die „Bauchentscheidung“ weitgehendst umgangen und man erhält die Möglichkeit, einer genauen strategischen Entscheidung. Hier gilt es unter Einbeziehung aller Schnittstellen ein aussagefähiges Entscheidungswerkzeug zu erarbeiten, was auch über längere Zeiträume messbare Kriterien gewährleistet.

Das Ranking

So stark sich Lieferanten bekanntermaßen bemühen „ins Geschäft“ zu kommen, so verlockend ist in der mittelfristigen Zeitschiene die Option der „Margenverbesserung“. Hier hilft das Ranking als Werkzeug wie eine Checkliste, die allerdings „auf Dauer“ eingerichtet bleibt. Mit vergleichbaren Tools lassen sich von technischen Parametern bis zu Reklamationsstatistiken etablierte Lieferanten dauerhaft messen. Dies steigert nicht nur die Aufmerksamkeit Ihres Lieferanten, sondern hilft auch bei aufgezwungenen, kurz-fristigen Entscheidungen im strategischen Bereich.

Die Lieferantenbindung

Viele Lieferanten versuchen, Sie an sich zu binden. Drehen Sie den Spieß um, um sich als Kunde unentbehrlich zu machen. Mögliche win-win-Situationen sind dabei wahre Helfer.



Nur vollständig
mit verbalem Beitrag !

Das Gesprächsziel

Nur wer ein Gesprächsziel formuliert hat, kann auch zielorientiert, das heißt ergebnis-orientiert argumentieren. Vor jedem geplanten Gespräch findet die „Zielvereinbarung“ mit sich selbst statt.

Die Gesprächsvorbereitung

Jeder Verkäufer bereitet sich auf das Gespräch mit Ihnen vor. Um ein ausgeglichenes Gesprächsverhältnis zu gewährleisten, wird auch der professionelle Einkäufer nur entsprechend „vorbereitet“ in ein Gespräch gehen.

Die Nachbereitung

Erst durch das strukturierte „Resümieren“ des Gesprächsergebnisses wird sicher-gestellt, in wie weit eine Zielerreichung gewährleistet ist. Hierdurch wird eine mögliche „Nachverhandlung“ im Sinne der gesteckten Erwartungen eher erreicht.

Der Lerntransfer

Am konkreten Beispiel erarbeitete Sicherung und Erfolgskontrolle des Lerntransfers

Trainingsziel

Durch die erarbeiteten und angeeigneten Methoden erhalten die Teilnehmer wertvolle Tools. Diese bilden das „Werkzeug“ für die tägliche Arbeit mit allen Schnittpunkten der Kommunikation. Schwerpunkte liegen hierzu insbesondere bei den Prädikaten:

- Sinnesschärfe
- Selbst- und Fremdwahrnehmung
- Gesprächsführung
- Zielklarheit
- Messbare Erfolge

Zum Schluss - MOTIVATION! Nur etwas für die Erfolgreichen?

Der Weg zum erfolgreichen Ziel ist planbar. Die Voraussetzung hierzu ist das Wollen und Können, aber auch die entsprechende, positive Eigenmotivation.

Nur Fremdmotivation macht abhängig – positive Eigenmotivation sichert den Erfolg.

Die Gegenüberstellung der Fremd- und Eigenmotivation sowie die Aufzeichnung des richtigen Weges macht dies deutlich.

Ihr ZIEL muss immer sein: **Ich will den Abschluss!**

„Noch einen Schritt vom Ziele, oder noch gar nicht ausgelaufen sein, ist im Grunde eines!“
(Lessing)

Methoden

Vortrag, Präsentation und Training anhand von Praxisbeispielen, Gruppenarbeit, ge-führte Diskussion im Teilnehmerkreis, Sicherung des Lerntransfers durch Praxis-übungen und Feedback. Falls gewünscht, Aufzeichnungen mit der Kamera