



- **Seminare**
- **Workshops**
- **Training**
- **Coaching**

FOKUS EINKAUF - Kompaktseminar ...

ist ein aggregierter Aufriss über die Bedeutung des Einkauf im Zeichen des Wertewandels, seiner organisatorischen Ansiedlung und seines unternehmerischen Stellenwertes im Netzwerk betriebsintern übergreifender Prozesse. Das so gezeichnete Bild erschließt substantielle Hintergrundinformationen, insbesondere Beiträge des Einkauf zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit, und vermittelt fundierte Elemente zur Steuerung von Vertriebsaktivitäten auf breiter Front.

Zielgruppe

Das Seminar in Form eines Workshop richtet sich sowohl an Key-Account-Manager in IT – und Telekommunikationsunternehmen, als auch Vertriebsorganisationen in Dienstleistung und Industrie, die ihren Vertriebsauftrag um Möglichkeiten neuer Potenzialerschließungen anreichern wollen.

Inhalt

- Einführung: Das Thema
- Einkauf: Standortbestimmung (funktionale Entwicklung, unternehmerischer Stellenwert, Organisation)
- Einkauf: Auftrag & Handlungsalternativen (Zielsystem, Instrumente, Einkaufspraxis)
- Vertrieb: Potenzial Einkauf
- Vertrieb: Erkenntnis – Transfer

Ablauf

Darstellung und Vermittlung von entscheidungsrelevanten Erkenntnissen und Handlungsalternativen; angereichert um Fallbeispiele. Offenes Podium für Diskussionen.

FOKUS Einkauf : Modul I – Grundausrichtung des Einkauf ...

ist eine Einführung in die Funktionsweise moderner Einkaufsabteilungen und sensibilisiert insbesondere Vertriebsorganisationen auf den Stellenwert von Einkauf und Beschaffung in einem von Wettbewerb und immer kürzer werdenden Produktlebenszyklen geprägten Markt.

Zielgruppe

Das Seminar in Form eines Workshop richtet sich sowohl an Key-Account-Manager in IT – und Telekommunikationsunternehmen, als auch Vertriebsorganisationen in Dienstleistung und Industrie, die ihren Vertriebsauftrag um Möglichkeiten neuer Potenzialerschließungen anreichern wollen.

Inhalt

- Einführung: Das Thema
- Einkauf: Standortbestimmung (funktionale Entwicklung, unternehmerischer Stellenwert, Organisation)
- Einkauf: Auftrag & Handlungsalternativen (Zielsystem, Instrumente, Einkaufspraxis)
- Vertrieb: Ausblick auf die Themen „Potenzial Einkauf“ und „Erkenntnis – Transfer“

Ablauf

- Neben der Vermittlung der Entwicklung des Einkauf, seiner Ziele und deren inhaltlicher Umsetzung erfolgt eine Untersetzung durch verschiedene Fallbeispiele. Offenes Podium für Diskussionen.

FOKUS Einkauf : Modul II – Einkaufspraxis & Vertrieb ...

ist die Vertiefung und Ergänzung des Basis-Seminars FOKUS EINKAUF - Modul 1. Die Schwerpunkte in diesem Aufbau-Workshop liegen in einer weiterführenden Auslotung von Möglichkeiten Geschäftsbeziehungen über den Einkauf u.a. durch gezielte Darlegung von Kundennutzen und sachgerechte Verhandlungsführung zu etablieren bzw. auszubauen.

Zielgruppe

Das Seminar in Form eines Workshop richtet sich sowohl an Key-Account-Manager in IT – und Telekommunikationsunternehmen, als auch Vertriebsorganisationen in Dienstleistung und Industrie, die aufbauend auf dem Basis-Seminar ihren Vertriebsauftrag um konkrete Möglichkeiten neuer Potenzialerschließungen anreichern wollen.

Inhalt

- Rückblick auf Modul 1: Einkauf: Standortbestimmung und Auftrag & Handlungsalternativen
- Vertrieb: Potenzial Einkauf
- Vertrieb: Erkenntnis – Transfer

Ablauf

- Die Vermittlung von entscheidungsrelevanten Erkenntnissen und Handlungserfordernissen wird durch verschiedene Fallbeispiele ergänzt. Offenes Podium für Diskussionen.

FOKUS Einkauf : Simulation ...

stellt die praxisnahe Umsetzung des aus dem Kompaktseminar oder den Seminarteilen FOKUS EINKAUF Modul I + II Erlernten dar. Anhand von Beispielen (Erstgespräch mit dem Einkauf, Verhandlung, o.ä.) werden typische Situationen in Form von Gesprächs- und Verhandlungssimulationen trainiert. Über diesen Weg, der es auch erlaubt Beispiele aus eigenen Erfahrungen einzubringen, wird die Sicherheit und Souveränität des Auftretens und Agierens des Vertriebs erhöht.

Zielgruppe

Das Seminar in Form eines interaktiven Workshop richtet sich sowohl an Key-Account-Manager in IT – und Telekommunikationsunternehmen, als auch Vertriebsorganisationen in Dienstleistung und Industrie, die ihre bisherigen Erkenntnisse aus der Teilnahme an voran gegangenen FOKUS EINKAUF – Seminaren durch ein praktisches Training vertiefen wollen.

Inhalt

- Kurze Reflexion auf das Kompaktseminar bzw. Seminarteile FOKUS EINKAUF Modul I + II
- Vorbereitung und Diskussion zu trainierender Situationen
- Gesprächs- und Verhandlungssimulationen
- Auswertungen

Ablauf

Die Vermittlung von entscheidungsrelevanten Erkenntnissen und Handlungserfordernissen wird durch verschiedene Rollenspiele und Diskussionen ergänzt.

FOKUS Einkauf : Coaching ...

beinhaltet die konkrete Unterstützung / Begleitung im Zusammenhang mit aktuellen Vertriebsprojekten. Das Coaching erstreckt sich dabei sowohl auf die Festlegung der geeigneten Verhandlungsstrategie, als auch auf die umfassende Vorbereitung von Verhandlungsrunden. Darüber hinaus ist das Coaching auf die Optimierung der Verhandlungsstärke von Einzelpersonen und/oder Projektteams ausgerichtet, um eine dauerhaften Grundlage für den Vertriebs Erfolg zu sichern.

Zielgruppe

Das Coaching in Form eines Trainings und einer Unterstützung on the job ist sowohl für Key-Account-Manager und Mitarbeiter des Vertriebs in IT – und Telekommunikationsunternehmen, als auch Organisationen in Dienstleistung und Industrie, die ihre bisherigen Fertigkeiten noch stärker professionalisieren wollen.

Inhalt

- Konkrete Bezugnahme auf aktuelle Vertriebsprojekte
- Angebotssichtung und -optimierung für den finalen Abschluss
- Festlegung von Verhandlungsstrategien und Verhandlungszielen
- Option zur aktiven Mitwirkung im Rahmen von Verhandlungen

Ablauf

Inhaltliche und zeitliche Abgrenzung der Vertriebsmaßnahmen, Feststellung der Verhandlungsposition und Fixierung der Verhandlungsparameter.