



Opleiding CategorieManagement (LCA) Strategisch

De dagelijkse realiteit wint altijd van de onzekere, onduidelijke en vooral abstracte toekomst. Of je nu actief bent als inkoper in de eerste fases van het inkoopproces om te komen tot een overeenkomst met de potentieel meest geschikte leveranciers, 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 opleidingsdagen (één dag per week plus een terugkommiddag) leer je 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 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 dié 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.

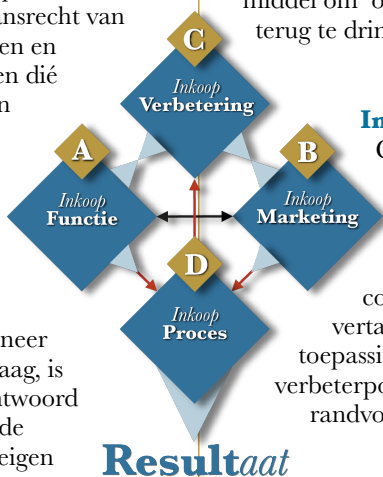
Onze aanpak van Categoriemanagement rust op vier analyses: de **interne** analyse (*eigen organisatie, processen, mensen en ontwikkelingen*), de **externe** analyse (*klanten, leveranciers, technologie en maatschappij*), de **supply chain** analyse (*voortbrengingsketens en kostenstructuren*) en de analyse van **verbeterpotentieel** binnen die drie gebieden. Bezien met business focus en 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 het alle benodigde informatie om een nieuw inkoopproces te starten.

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.



InkoopModel.

Categoriemanagement raakt alle onderdelen van het inkoopproces. De dagelijkse realiteit van het inkoopproces vormt enerzijds een belangrijke bron van informatie via contractmanagement en tegelijk is de vertaling van de analyses gericht op toepassing binnen dat inkoopproces. Structuur, verbeterpotentieel en marketing zijn belangrijke randvoorwaarden voor succes.

Voor wie

Zowel ervaren als beginnende **categoriemanagers** kunnen hun voordeel doen met deze opleiding. Onze verfrissende kijk op het brede inkoopvak, waarbij gedragspsychologie de wetenschappelijke basis vormt, geeft nieuwe inzichten en verse aanknopingspunten voor de verdere verbetering of invoering van categoriemanagement.

Maar ook voor **inkopers** en **contractmanagers** biedt het stof tot nadenken en een waardevolle aanvulling op hun functioneren.

Inkoopmanagers leren met deze opleiding hoe ze inkoop- en contractmanagement processen binnen hun afdeling pro-actiever kunnen beheersen.

Enige ervaring met inkoop en/of contractmanagement is wel een vereiste. Je functioneert op HBO-niveau.

Resultaat

Na het doorlopen van deze opleiding:

- 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 (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).

Diploma

Je sluit jouw opleiding af met een eindpresentatie aan de groep en trainer. Daarin presenteert je wat je al gedaan hebt met de opgedane kennis en inzichten, wat je in de twee maanden tot de terugkomdag verwacht te gaan doen en welke effecten je al ziet of verwacht te zien. Dit wordt beloond met een diploma.

De trainer helpt jou vanaf dag één om de vertaling te maken naar jouw eigen praktijk en inzichten direct toe te passen. Daarom werken wij met groepen van maximaal 12 deelnemers zodat die persoonlijke benadering mogelijk is. Twee uur coaching na afloop van de opleiding is dan ook inbegrepen.

Data, lokatie en Prijs

De actuele data, lokatie en prijs staan op de website.

Bij de prijs zijn koffie/thee, lunches en diners, het interactieve, digitale, voortdurend geactualiseerde eBook, het vrije gebruik van de templates en tools inbegrepen.

Afhankelijk van jouw **keuze** is ook de iPad inclusief.

Onderwerpen.

Per Opleiding kan, afhankelijk van de specifieke ervaring en interesses van de deelnemers, de tijd die besteed wordt aan diverse onderwerpen verschillen. Daarom geven wij geen programma, maar een overzicht van onderwerpen die in ieder geval aan de orde zullen komen. Uiteindelijk gaat het erom dat de deelnemers, door het direct in hun dagelijkse praktijk toe te passen, het beste resultaat behalen.

Inleiding

- Introductie
- Mindset; inkoop, Contractmanagement en Categoriemanagement

Categoriemanagement

- Wat is het?
 - Wat is een Categorie?
 - Samenstellen Categorieteam
 - Waaruit bestaat een Categorieplan?
- Communicate

Interne analyse

- Interne processen
- Belanghebbenden en belangen
- Onderlinge verhoudingen

Externe analyse

- Klanten
- Leveranciersmarkt
- Omgeving

Supply chain analyse

- Voortbrengingsketens
- Kostenstructuren
- Verschil prijs, kosten, uitgaven

Analyse verbeterpotentieel

- Wanneer is iets een verbetering?
- Hoe te implementeren

Contact.

InkoopAcademie BV
Bilderdijklaan 35, 1215 BM Hilversum
t: 035 - 624.38.25
e: info@inkoopacademie.nl
w: www.inkoopacademie.nl