



# Opleiding

## InkoopManagement

### InkoopPraktijk B (IPB) Strategisch

*Het succesvol doorlopen van inkoopprocessen voor prestaties die van strategisch belang voor de organisatie zijn, gaat niet vanzelf. Dat moet je faciliteren en organiseren. Het strategisch belang wordt dan vooral bepaald door de klanten; zij die ervoor zorgen dat de organisatie geld krijgt en/of bestaansrecht heeft.*

## Drie gebieden

Er is een structuur binnen de **InkoopFunctie** nodig waarbinnen de visie en missie van de organisatie vertaald worden naar de manier waarop inkoopprocessen worden doorlopen. Hierin zal het bestaansrecht van de organisatie, bepaald door de maatschappelijke rol of door een commercieel concurrentievoordeel, als uitgangspunt dienen. Een heldere verdeling van rollen en verantwoordelijkheden is dan het gevolg. Evenals een inkoopbeleid wat gaat over de manier waarop inkoop wordt bedreven in de meest brede zin en niet over wat de inkoopafdeling mag, moet en doet.

Er is **InkoopMarketing** nodig die zich richt op de eigen organisatie, klanten, leveranciers, de maatschappelijke omgeving en de arbeidsmarkt. De perceptie van anderen bepaalt hun emotie, en die emotie stuurt hun gedrag. Je moet dus jouw boodschap aanpassen aan de ontvanger. Je kunt een ander namelijk alleen iets verkopen als die ander dat graag wil hebben, niet omdat jij het zo graag kwijt wilt. Marketing gaat over dus over het beïnvloeden van emotie en gedrag.

Het doorvoeren van **InkoopVerbeteringen** vraagt een andere aanpak dan het presenteren van een positieve business case met een no-brainer uitkomst. Het gaat juist over praktisch toegepaste gedragspsychologie. Dit vormt dan ook de wetenschappelijke basis voor onze visie op inkoop en onze aanpak.

De opleiding InkoopManagement (voorheen InkoopPraktijk B Strategisch) geeft jou in zes dagen (één dag per week plus een terugkommiddag) het inzicht en de tools om daar direct in je eigen praktijk handen en voeten aan te geven. Hoe maak jij het succesvol doorlopen van inkoopprocessen mogelijk?

Welke randvoorwaarden moeten daarvoor bij jouw organisatie voor ingevuld zijn? Hoe ga je mensen verleiden tot het vertonen van bepaald gedrag? Onderwerpen als voorspelbare irrationaliteit, besluitvorming, beïnvloeding en communicatie, specifiek gericht op het met vooroordelen doordrenkte inkoopvak, komen aan de orde.

## Voor wie

Voor (aankomende) Inkoopmanagers, lijnmanagers en inkoopprofessionals die op een andere manier willen gaan inkopen en beseffen dat de emotionele menselijke factor daarin centraal staat; niet de rationele. Als (senior) inkoper kun je jezelf verder ontwikkelen naar een strategisch niveau. Terwijl deze opleiding jou als Inkoopmanager de inzichten biedt om de inkoopfunctie binnen jouw bedrijf te innoveren en verder uit te bouwen en een inkoop-afdeling zo in te richten en te positioneren dat het daaraan bij gaat dragen. Of je wilt jezelf als lijnmanager verder verdiepen in de inkoopfunctie en wat het voor jou kan opleveren. Je functioneert minimaal op HBO niveau en hebt mogelijk al één of meerdere Nevi (of vergelijkbare) diploma(s).

## Resultaat

Na het doorlopen van deze opleiding heb je:

- Een visie die gebaseerd is op inkopen met business focus (inkopen met het oog op de klant, met het oog op geld verdienen in plaats van geld uitgeven);
- Voldoende kennis van en inzicht in het inkoopvak en in de daaraan gerelateerde menselijke psyche om succesvol een strategische inkoopfunctie neer te zetten.
- Aangescherpte beïnvloedingsvaardigheden;
- Inzicht in hoe je inkoopmarketing kunt bedrijven en inkoopverbeteringen succesvol kunt initiëren.
- Een daarbij behorende (digitale) toolkit met standaarden, templates en checklists om dit gestructureerd en samenhangend te kunnen doen;
- Een interactief eBook (EPUB3) voor op de iPad en android tablets.
- Eeuwigdurend toegang tot de meest recente lesmaterialen van jouw opleiding;

## Data, lokatie en Prijs

Kijk op [www.inkoopacademie.nl](http://www.inkoopacademie.nl) om te zien waar en wanneer deze opleiding te volgen is en wat de actuele prijs is. Bij de prijs zijn koffie/thee, lunches en diners, het interactieve, digitale, voortdurend geactualiseerde eBook, de iPad en de templates en tools inbegrepen.

## Programma

Onderstaand programma is indicatief. Per opleiding kan de nadruk worden aangepast op de behoefte van de deelnemers, zodat dat zij daar het beste resultaat in hun dagelijkse praktijk mee kunnen behalen.

### Dag 1.

- Introductie
- Mindset; inkoop

### Dag 2.

- Ontwikkelingen & personeel
- Inkoopmodel

### Dag 3.

- Value & Supply chains
- Positie en rol (rollen & verantwoordelijkheden)
- Beleid, Inkoopbeleid, beleid van de inkoopafdeling
- Ethiek

### Dag 4.

- Besluitvorming
  - Proces
  - Irrationaliteit
- Beïnvloeding
  - Triggers
  - Dale Carnegie

### Dag 5.

- Motivatie
  - Als/dan
  - Autonomie
- InkoopMarketing
- Inkoopresultaat

### Dag 6.

- Inkoopverbetering
- Inkoopscan

## Contact.

InkoopAcademie BV  
Bilderdijklaan 35, 1215 BM Hilversum  
t: 035 - 624.38.25  
e: [info@inkoopacademie.nl](mailto:info@inkoopacademie.nl)  
w: [www.inkoopacademie.nl](http://www.inkoopacademie.nl)

