

# De inkoper als business partner

## Masterclass Inkoop

Voor ambitieuze inkoop-professionals die binnen de eigen organisatie willen uitgroeien tot een volwaardige partner in business.



Onder de deskundige leiding van:

**Gerco Rietveld**  
Strategist



**IFBD**  
Institute for Business  
Development



# Waarom dit programma?

## DE KLASSIEKE INKOOP RAAKT UITGEWERKT

In de meeste organisaties is “inkoop” uitgegroeid tot een succesvolle kostenbespaarder. Inkoop bereikt echter zo langzamerhand het einde van haar S-curve. Nog meer kosten besparen wordt steeds moeilijker en gaat ten koste van structurele kwaliteit of service. Als inkoopprofessional wilt u graag meer waarde toevoegen dan alleen kostenbesparingen, maar u krijgt daarvoor niet vaak de ruimte van uw business collega's. Inkoop is dan ook een functie die steeds meer in isolement verkeert. Met andere woorden: hoog tijd dat “inkoop” zijn nieuwe S-curve vindt, zodat u een volwaardige partner in business wordt.

## INKOOP LEVERT DE VERKEERDE DINGEN AAN DE VERKEERDE MENSEN

Het inzicht dat “inkoop” eigenlijk de verkeerde dingen aan de verkeerde mensen levert, bracht Gerco Rietveld tot de paradigma shift. “Inkoop” moet en kan zijn focus verschuiven van kostenbesparingen naar business voordelen. Bruggen bouwen met de business collega's door aan te sluiten en bij te dragen aan hun businessdoelstellingen. Gerco leert u tijdens deze unieke strategische inkoopworkshop hoe u dat met succes kunt doen.

## EEN BOEK LEZEN OVER DE TANGO WIL NOG NIET ZEGGEN DAT U KUNT DANSEN

In deze masterclass behandelt Gerco Rietveld ‘het verhaal achter het verhaal’ en traint hij u in het concept van de businessgedreven inkoop. Hij brengt ook talloze praktijkvoorbeelden en deelt met u de nieuwste inzichten die hij heeft verworven en succesvol heeft toegepast bij zijn klanten.

## HET “BUSINESSDOEL DOOR INKOOPDOEN”-PRINCIPE

Eén van de nieuwste inzichten is het “businessdoel door inkoopdoen”-principe, dat Gerco afleidde van de succesvolle OGSM-methodiek (Objective, Goals, Strategies, Measures). Dit is dé sleutel om de brug te bouwen tussen “inkoop” en de business. Tijdens deze training leert u dit principe toe te passen voor uw eigen organisatie, waarmee u de basis legt om een volwaardige partner in business te worden.

## VERHOOGDE INTERACTIVITEIT

De deelnemers krijgen uitgebreid de kans om hun eigen problematiek ter sprake te brengen. Om dit te realiseren, vragen wij op voorhand een beknopte beschrijving van de probleemstelling te formuleren. Op die manier kunnen wij de cursus volledig opstellen volgens uw eigen informatiebehoefte.

U kunt hiervoor steeds contact opnemen met **Dirk Spillebeen** op het nummer: +32 50 38 30 30 (e-mail: [dirk@ifbd.be](mailto:dirk@ifbd.be)).

# Uw docent



**Gerco Rietveld** startte zijn loopbaan als bankier bij de toenmalige NMB Bank. Aansluitend was hij 8 jaar inkoopdirecteur van ING Groep. In 1995 richtte Rietveld het inkoopadviesbureau Compendium op.

Vanaf 2002 richt hij zich op strategische vraagstukken langs de waardeketen, met bijzondere focus op de (potentiële) impact van leveranciers op het business model en de business strategie van organisaties. Van zijn hand is o.m. ‘Inkoop, een nieuw paradigma’ dat bekroond werd als management boek van het jaar. Hij wordt in de Benelux gezien als ‘inkoop-goeroe’ die samen met zijn klanten de inkoopafdeling naar dat cruciale (strategische) niveau hoger tilt.

Onze opleidingen in primeur?



Volg ons! [@IFBDupdate](https://twitter.com/IFBDupdate)





## BLOK 1 – DE KLASSIEKE VS DE BUSINESSGEDREVEN INKOOP

- ◆ De voor- en nadelen van de klassieke inkoop.
- ◆ De oorzaken van het inkoopisolement.
- ◆ Het nieuwe inkoopparadigma.
- ◆ Van financiële impact naar business impact.

## BLOK 2 – INKOOP ALS SCHAKEL TUSSEN KLANTEN EN LEVERANCIERS

- ◆ De kracht van het leveranciersportfolio:
  - ❖ Segmentatie van leveranciers en de plek daarvan in het inkoopproces.
  - ❖ Categorie-, leveranciers- en contractmanagement inzetten als veranderingsinstrument.
- ◆ De doelstellingen van de eigen organisatie.
- ◆ De integrale prestatieketen.
- ◆ Supply mind maps met klantbehoeften als vertrekpunt.

## BLOK 3 – VAN FUNCTIONEEL ISOLEMENT NAAR BUSINESS PARTNER

- ◆ Het opbouwen van business relevantie en –geloofwaardigheid.
  - ❖ Wat is inkoopleiderschap?
  - ❖ Verkopen van inkoop.
  - ❖ Communiceren met executives.
- ◆ De SWOT-analyse van inkoop.
- ◆ Het 'businessdoel door inkoopdoen'-principe: OGSM-methode toegepast op inkoop.
- ◆ Het ontwikkelen van businessgerichte inkoopstrategieën.

## BLOK 4 – ROAD MAP/PLAN VAN AANPAK

- ◆ Het ontwikkelen van businessgerichte inkoopstrategieën (vervolg).
- ◆ Prestatie-indicatoren en actieplan.
- ◆ Hoe business impact creëren?
  - ❖ De 21 waardedriviers.
  - ❖ De 4 aders van de supply chain.
  - ❖ De inkoop value map.
- ◆ Advies over hoe het geleerde in de praktijk verder uit te werken en toe te passen.



INCLUSIEF VOOR  
ELKE DEELNEMER

- > “Rietveld gooit het inkoopvak op zijn kop – en dat leidt vreemd genoeg tot veelal razend enthousiaste reacties.”  
(Dennis Mensink).
- > “Superboek! Ik heb met veel genoegen en soms ook met buikpijn van het lachen het nieuwe boek van Gerco Rietveld gelezen.”  
(Lisette Loos).
- > “Ik herken in Rietveld een helder en strategisch denker, die kennis heeft van zowel de literatuur én de rauwe praktijk van alledag.”  
(Rudy Van Stratum)

### OPTIMAAL LEEREFFECT

We beperken het aantal deelnemers aan deze cursus. Hierdoor kunt u optimaal profiteren van de kennis en ervaring van de docent. Bovendien toetst u op een interactieve manier uw eigen praktijksituatie aan die van uw collega's. Zo garandeert het IFBD u een optimaal leereffect, gebaseerd op theoretische onderbouw en gestaafd met vele praktische voorbeelden.

### VERLOOP CURSUSDAG(EN):

08.30	Ontvangst, registratie & koffie.
09.00	Start van de trainingsdag (met voorstelling van de docent).
12.30	Lunch.
17.00	Einde van de cursusdag.

Zowel in de voor- als namiddag wordt een korte (koffie-)pauze gehouden.

