



MAVERICK BUYING IM GRIFF – „WILDES EINKAUFEN“ WIRKSAM UND NACHHALTIG LÖSEN

DIE VALUE STORY DES EINKAUFS SYSTEMATISCH STÄRKEN – HOHE WERTBEITRÄGE ERZIELEN!

In fast allen Unternehmen hat der Einkauf mit dem Phänomen des „Wilden Einkaufens“ (Maverick Buying) von Fachbereichen zu kämpfen. Dies betrifft oft insbesondere Bedarfskategorien wie Marketing, Beratung, HR-Leistungen, IT oder Facility Management (FM), macht aber auch vor vielen anderen nicht halt. Konsequenzen sind unter anderem viel zu hohe Kosten und verlorene finanzielle Wertbeiträge, hoher Prozessaufwand, hohe Risiken verschiedenster Art und nicht zuletzt eine erhebliche Schwächung der Wahrnehmung des Einkaufs als Wertschöpfungspartner im Unternehmen.

In diesem Seminar lernen Sie erfolgswirksame Wege und Werkzeuge kennen, wie Sie das Thema systematisch angehen und Schritt für Schritt lösen können. Sie erhalten wichtige Impulse zu Formen und Ursachen von Maverick Buying sowie Instrumente für die gezielte Lösung der Herausforderung auf Ihrem Weg zum Erfolg.

ZIELGRUPPE: Fach- und Führungskräfte aus Einkauf und Category Management, die mit internen Fachabteilungen und Stakeholdern (z.B. C-Level, SVP/VP-Level, Marketing, Strategie, Business Development, Technik, Forschung und Entwicklung uvm.) zusammenarbeiten, Maverick Buying in den Griff bekommen und zu wirklich akzeptierten Business Partnern werden wollen

METHODIK: Fachvortrag, Praxisbeispiele, Workshop-Ideation & Positionsbestimmung, Übung, Diskussion

SEMINARLEITUNG: Olaf Kugeler



www.bme.de/bek-mav

SEMINARINHALTE

Maverick Buying (MB) greifbar machen

- Wie Maverick Buying greifbar gemacht werden kann
- Welche Rahmenbedingungen und Aspekte für Definition und Verständnis wichtig sind
- Typische Warengruppen und Fachbereiche mit MB-Herausforderungen kennen
- Empirische Beispiele und Benchmarks zur Dimension von MB – Wo stehe ich?

Maverick Buying Manager© als Lösungsinstrument

- In neun logischen Schritten zum Erfolg – Die Lösung systematisch erreichen
- Maverick Buying klar definieren – Den richtigen Ansatz für die individuelle Situation finden
- Maverick Buying quantifizieren – Wie groß ist eigentlich die Herausforderung?
- Maverick Buying bewerten – Mit welchen Erscheinungsformen und Typen bin ich konfrontiert?
- Die Treiber und Motive für Maverick Buying wirklich verstehen
- Die Perspektive der Fachbereiche und Stakeholder berücksichtigen

Maverick Buying Management als „Change“-Prozess begreifen und steuern

- Veränderung nachhaltig verankern und wirksam kommunikativ begleiten
- Stakeholder und Fachbereiche: Von Betroffenen zu Beteiligten
- Nutzen und positive Wirkungen im Unternehmen bewusst machen – Buy-In fördern
- Erfolgsbewährte Instrumente zur Gestaltung von Change beim Maverick Buying

Value Story des Einkaufs und Lösung des Maverick Buying wirksam kombinieren

- Den Einkauf als relevanten und akzeptierten Business Partner positionieren
- Die Wertbeiträge des Einkaufs sichtbar machen – Relevanz kommunizieren
- Maverick Buying als „Business Case“ begreifen und den C-Level überzeugen
- Das Top-Management nachhaltig gewinnen: Awareness, Commitment, Erfolg!

Konkrete Erfolgsimpulse, Lösungs-Tools und Hebel

- Prozesse: Teil des Problems – Teil der Lösung – Verstehen und erfolgreich umsetzen
- Business Partner statt bürokratischer Gatekeeper – Mit wertorientiertem Einkaufen die Fachbereiche und Stakeholder nachhaltig überzeugen
- Formulierungsimpulse für differenzierte Kommunikation im Unternehmen
- Das „VENZ“-Prinzip: Ein Schlüsselfaktor für nachhaltigen Erfolg im Management von Maverick Buying
- 10 starke Profihebel und Impulse, die Maverick Buying ins Aus befördern



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter inhouse@bme.de oder 06196 5828-251



17.02.2027
23.11.2027



ONLINE
ONLINE



382730209
382731115



zzgl.
MwSt.

895,-
895,-



ONLINE:
09.00 – 17.00 Uhr



06196 5828-200



06196 5828-299



anmeldung@bme-akademie.de



www.bme-akademie.de