

Tag 1: Strategien für Preisverhandlungen mit Konzern-einkäufern - Wer hat das Heft in der Hand?

INHALT

Preis-Verhandlungen aktiv mitgestalten: die Zwänge der Einkäufer und die Beschaffungsmethodik verstehen und seine Verhandlungsstrategie als Key Account Manager darauf aufbauen.

Seit der Lopez-Ära fordern die Automobilhersteller von Zulieferern regelmäßige Preis-Reduktionen, und dieses Modell hat mittlerweile auch in vielen anderen Branchen Einzug in die Vorgehensweise des Einkaufs gehalten. Nachlässe von 3 % pro Jahr gehören für die meisten Serienlieferanten schon zum Standard, und auch von Maschinenherstellern werden mittlerweile z.T. noch viel höhere Zugeständnisse zur Auftragsvergabe gefordert. Selbst nach getroffenen Vereinbarungen fordern Einkäufer im Anschluss neue Preisreduktionen, oft mit der Drohung, den Auftrag sonst auf andere Zulieferer zu verlagern.

In dieser strategisch und psychologisch aufgebauten Zwangs-Situation bleibt eine Argumentation mit Produktvorteilen oder technischen Erläuterungen wirkungslos.

Der Schlüssel liegt in diesen Fällen im Verständnis der strategischen Zusammenhänge und den Mechanismen in der "Kulisse der Verhandlungen". Mit Wissen um diese Hintergründe, die Vorgaben des Einkaufs sowie die Schwächen des Systems und die Stärken der eigenen Position in der Lieferanten-Konstellation kann man eine effektive Verhandlungs-Strategie entwickeln und diese Herausforderung erfolgreich bestehen. Diese umfassende Sichtweise wird im Seminar offengelegt und mit praktischen Fallstudien in Arbeitsgruppen geübt.

AGENDA

- Typische Preissenkungs-Forderungen und Verhandlungs-Situationen
Mechanismus, Auslöser und Zyklus
- Strategische Grundlagen und Ausgangssituationen
Aufbau, Wachstumspotenzial, Kostensenkungs-Potenziale
- Faktische Entscheider und moderne Einkaufsstrategien
Einflussnehmer-Analyse, Beziehungsmanagement, Lieferanten-Bewertung und Lieferanten-Management Beschaffungs- und Lieferanten-Strategien
- Das "Machtspiel" des Einkäufers und der "Ausgleich der Kräfte",
Probleme, Zwänge, Vorgaben des Einkäufers und der "strategischer Anker"
- Das "Verhandlungs-Arsenal" und weitere Arbeitshilfen
Argumente, Zusatzleistungen, Angebote, Timing/Zeitplanung, Präsentationen und Dokumentation
- Zusammenfassung und Abschlussbemerkungen
Die Bausteine für eine erfolgreiche Preisverhandlung