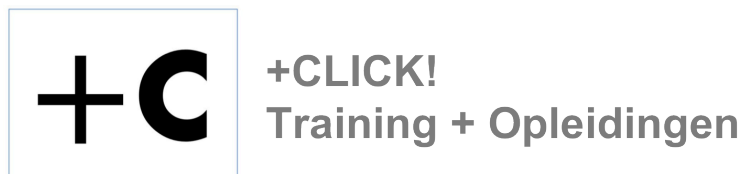


De rol en invloed van de inkoper

Verkoper ziet toegevoegde waarde inkoper niet



Deel 1 van de resultaten van een onderzoek onder 750 verkopers en account
managers

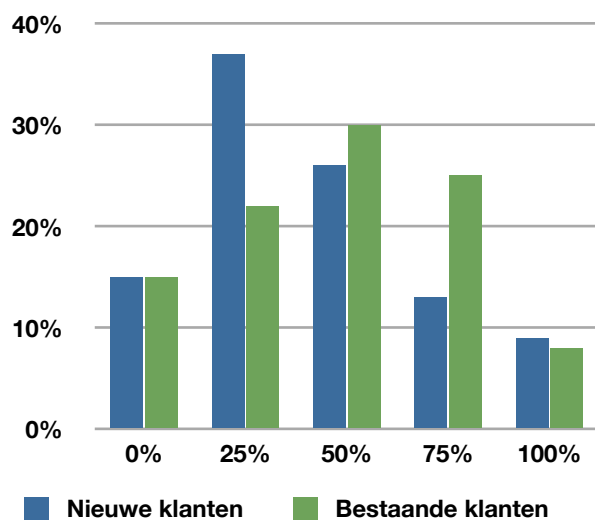
Heemstede
19 oktober 2012

De inkoper heerst

85% van de verkopers heeft regelmatig te maken met een professionele inkoper maar in verschillende rollen.

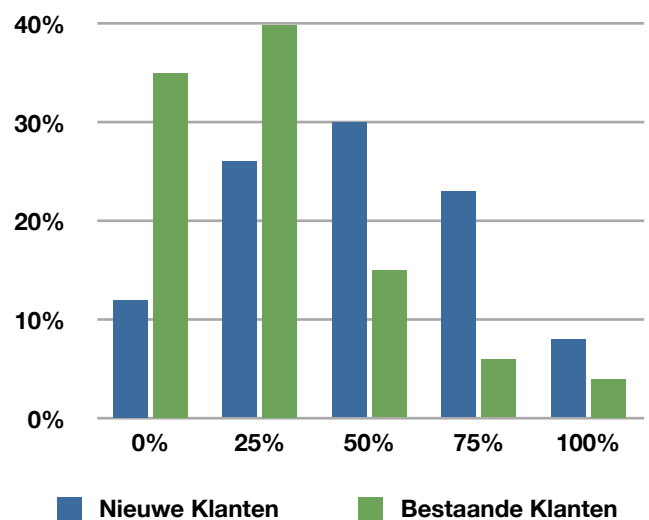
Vraag: Bij acquisitie:

In hoeveel % van de gevallen heeft u te maken met professionele inkopers?



Vraag: Bij het afsluiten van contracten:

In hoeveel % van de gevallen heeft u te maken met professionele inkopers?



We zien dat verkopers bij hun acquisitie-activiteiten bij bestaande klanten vaker inkopers tegen komen dan bij nieuwe klanten. De eerste contacten met nieuwe klanten lopen blijkbaar minder via inkoop dan bij bestaande klanten. De inkoper speelt hier dus een andere rol. Bij bestaande klanten is de inkoper meer betrokken bij het verstrekken van nieuwe opdrachten, wellicht zelfs de initiator. De inkoper zal er vaak naar streven om het volume bij bestaande leveranciers te vergroten om een hefboomeffect te creëren.

Daar waar de inkoper dus bij bestaande klanten de weg naar nieuwe opdrachten biedt, is de inkoper nauwelijks nog betrokken bij het contracteren. We zien dat 75% van de verkopers in minder dan 50% van de gevallen een inkoper tegen komt bij het afsluiten van contracten bij bestaande klanten. Verkopers kunnen dus bij bestaande klanten hun voordeel behalen. De inkoper richt zich duidelijk meer op nieuwe contracten met nieuwe leveranciers en geeft bestaande leveranciers meer ruimte. Dit wordt ook duidelijk als we kijken naar het oordeel dat verkopers vellen over de rol van de inkoper in het verkoopproces.

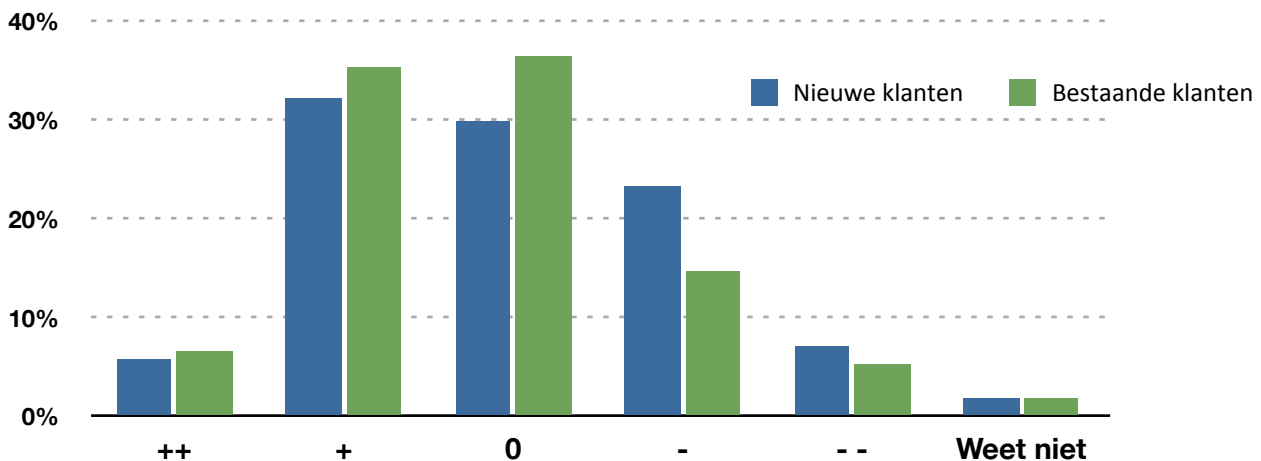
Verkoper ziet toegevoegde waarde inkoper niet

rol van de inkoper blijkt onduidelijk

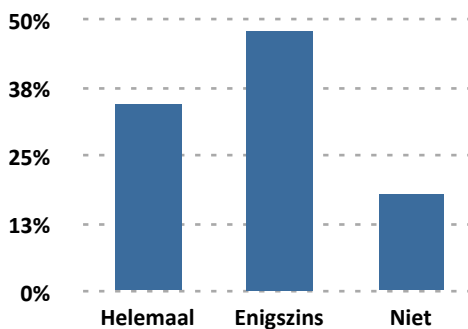
Rol van de inkoper bij bestaande klanten positiever beoordeeld.

Ongeveer 40% van de verkopers beoordeelt de rol van de inkoper bij bestaande klanten als positief. De meerderheid van de verkopers ziet echter geen toegevoegde waarde of zelfs een negatief effect van de inkoper op het verkoopproces. We zien wel dat de rol van inkoper bij bestaande klanten positiever wordt beoordeeld dan bij nieuwe klanten. Op de volgende pagina zullen we de mening van de verkoper over enkele specifieke aspecten van de rol van de inkoper belichten.

Vraag: Hoe beoordeelt u de rol van de inkoper in het verkoopproces?



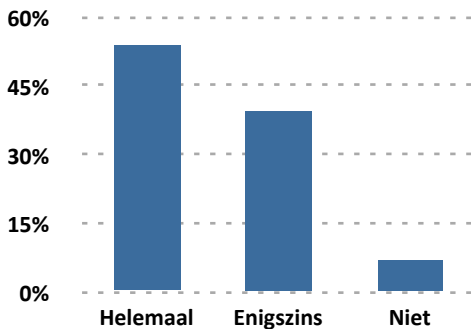
Totaaltelling: Is de werkwijze van de inkoper duidelijk?



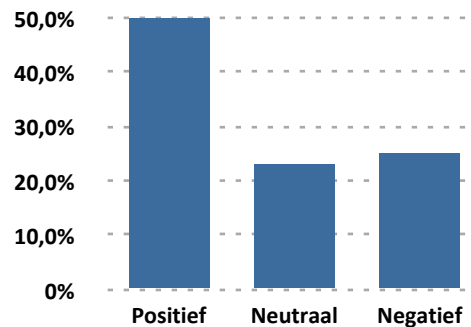
Werkwijze inkoper niet helemaal duidelijk

Bovenstaande “matige” beoordeling van de rol van de inkoper kan komen doordat verkopers inkopers niet helemaal begrijpen. Het blijkt dat het slechts voor 34% van de verkopers helemaal duidelijk is wat de inkoper nu eigenlijk doet. In deze eerste analyse van de enquête zullen we hiervan drie aspecten belichten: het inkoopproces, de kwaliteit en de communicatie tijdens het verkoopproces bij nieuwe klanten.

Vraag: Het inkoopproces is mij duidelijk

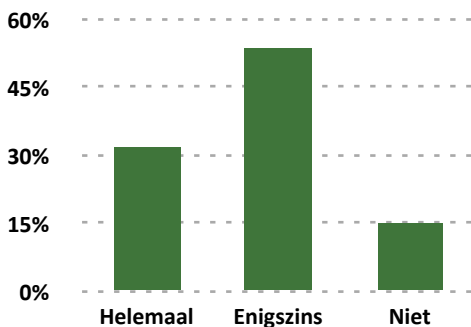


Vraag: Hoe beoordeelt u de invloed van de inkoper op de kwaliteit van het proces?

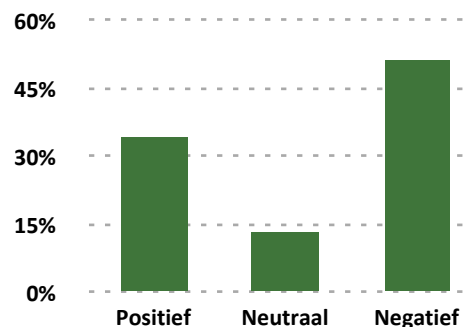


Voor de helft van de verkopers is het inkoopproces helemaal duidelijk, voor de andere helft niet. De invloed van de inkoper op de kwaliteit van het proces wordt door de helft van de verkopers positief beoordeeld. Kijken we echter naar in hoeverre de verkoper inzicht in dit proces heeft, wordt het beeld anders en zien we dat de inkoper hier geen positieve invloed op heeft.

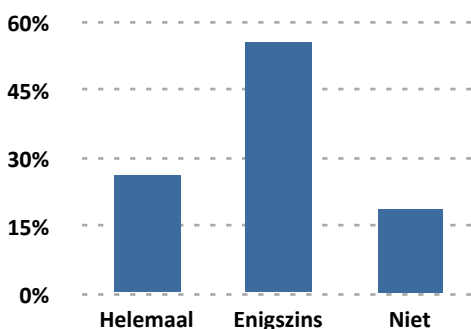
Vraag: Het is mij duidelijk wie er bij het inkoopproces betrokken zijn.



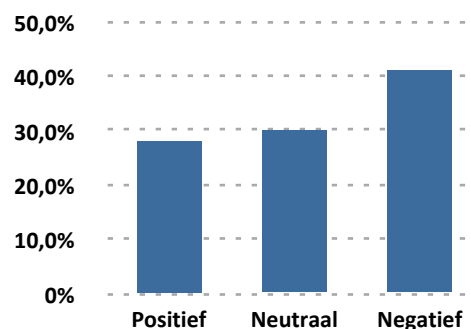
Vraag: Hoe beoordeelt u de invloed van de inkoper op de communicatie met uw klant?



Vraag: Het is mij duidelijk hoe een inkoper zijn strategie bepaalt.



Vraag: Hoe beoordeelt u de invloed van de inkoper op uw onderhandelingsresultaat?



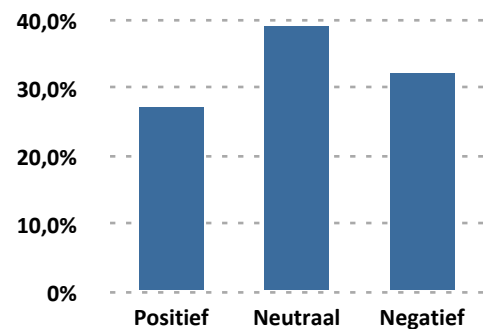
We zien dus dat, hoewel het inkoopproces als duidelijk wordt gezien en de rol van de inkoper als positief, een goed inzicht in het inkoopproces en de strategie ontbreekt.

Het ontbreken van dit inzicht leidt tot slechte communicatie en onbegrip. Dit kan weer leiden tot het niet bereiken van het optimale resultaat voor beide partijen. Van de verkopers is 40% zo eerlijk om aan te geven dat de inkoper een negatieve invloed heeft op het onderhandelingsresultaat van de verkoper.

Daarnaast geeft 32% van de verkopers aan dat de inkoper een negatieve invloed heeft op de kwaliteit van het aangeboden product of de aangeboden dienst.

Het is dus van belang voor beide partijen dat de verkoper meer inzicht krijgt in het inkoopproces.

Vraag: Hoe beoordeelt u de invloed van de inkoper de kwaliteit van het aangeboden product of de aangeboden dienst?



Tot zover het eerste deel van de resultaten van de enquête. Wij gaan verder met het analyseren van de rest van de resultaten en houden u graag op de hoogte van:

- + Is de inkoper alleen maar geïnteresseerd in de prijs?
- + Heeft de inkoper voldoende inhoudelijke kennis?
- + Welke invloed heeft de inkoper op uw toegevoegde waarde?

Lees dit alles eind juni in deel 2 van deze analyse!

Download ook de preview van ons boek "Inkoop voor Verkopers" op www.clicktrainingen.nl

Over +CLICK! trainingen:

+CLICK! is gespecialiseerd in praktijkgerichte trainingen voor inkopers en iedereen die daarmee te maken krijgt. Met de training “Inkoop voor Verkopers” wil +CLICK! door het kweken van een beter begrip voor inkopers bij verkopers een beter resultaat voor beide partijen bevorderen. De training “Inkoop voor Verkopers” is sterk praktijkgericht en wordt gegeven door inkopers met minimaal 15 jaar praktijkervaring. Hierdoor zijn de trainingen en workshops ook snel aan te passen aan uw wensen, branche of inkooppakket.

+ TRAINING INKOOP VOOR VERKOPERS

Leer hoe een inkoper denkt en werkt

Tijdens deze training kruipt u in de huid van de inkoper en ervaart u hoe een inkoper naar uw markt kijkt. In welke situatie zit hij en wat is er belangrijk? Leer hoe een inkoper zijn strategie bepaalt en hoe hij naar verkoop kijkt. Welke types inkoper zijn er en welke verkopers passen daar het beste bij?

U leert door zelf te doen. U hanteert de methodieken en strategieën die een inkoper gebruikt en past deze toe op uw markt. Door zelf te denken en handelen als een inkoper leert u hoe de inkoper zijn positie in de markt bepaalt.

We maken de koppeling van de inkoop naar de verkoopstrategie en bepalen hoe u deze effectief in de praktijk kunt brengen. Dit ondersteund met voorbeelden en praktijksituaties. U oefent op een ervaren inkoper!

Resultaat

U begrijpt hoe een inkoper denkt en werkt. U weet hoe u er achter kunt komen wat hem drijft. U kunt de juiste “knoppen” vinden om aan te draaien. Dit helpt u een bredere range aan sales strategieën te ontwikkelen en uw onderhandelingsvaardigheden en tactieken te verbeteren. Met de kennis uit deze training kunt u uw organisatie onderscheidend positioneren, meer toegevoegde waarde bieden en de relatie met uw opdrachtgever verdiepen.