



AARHUS
UNIVERSITY
BUSINESS AND SOCIAL SCIENCES



*...You can't do epic shit
with basic people*

INDKØBSFUNKTION NU OG I MORGEN: *PROFESSIONALISERING, DILEMMAER OG VÆRDISKABELSE*

Morgendagens salg – 28. november 2019

Lars Bjerregaard Mikkelsen, Ph.D.

AGENDA/TEMAER

- Hvor kommer indkøb fra (hvordan ser de sig selv) og hvor skal de hen?
- Indkøbs "professionalisering" og de problemer det har ført med sig
- Det fundamentale dilemma i køb og salg
- Værdiskabelse – (hvordan) kommer vi videre?



Det store grimme spørgsmål:
Kommer vi overhovedet videre??

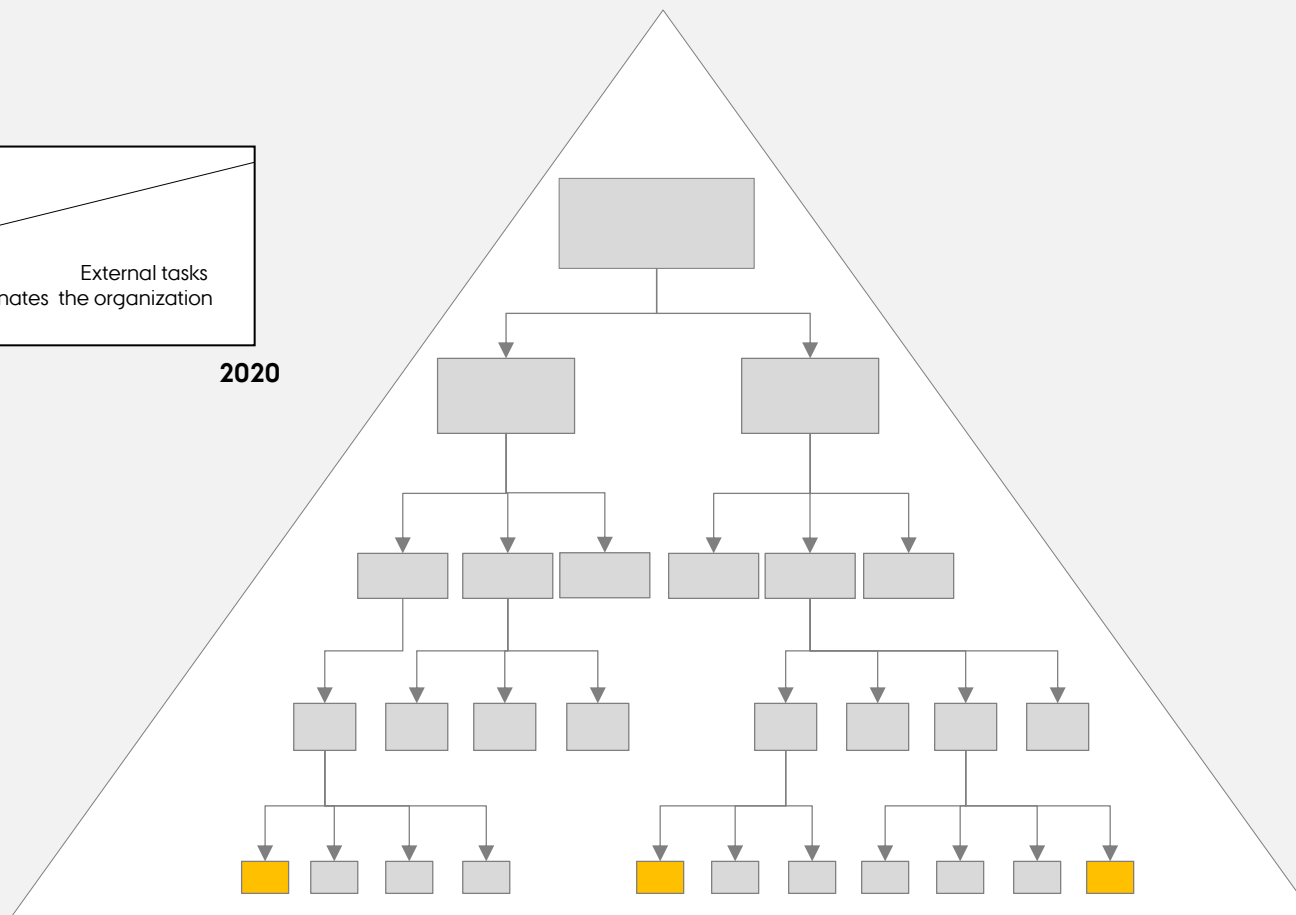
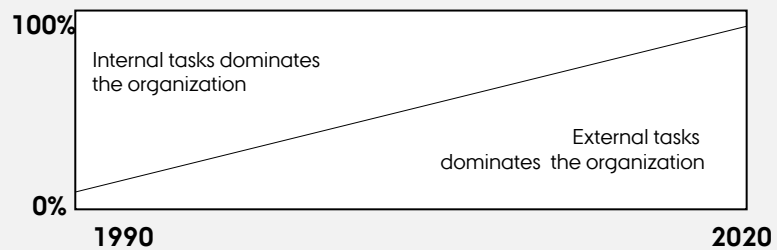
DET STORE GRIMME SPØRGSMÅL!

*Udnytter vi potentialet i de relationer vi er en del af...
eller får vi bare det vi forlanger?*

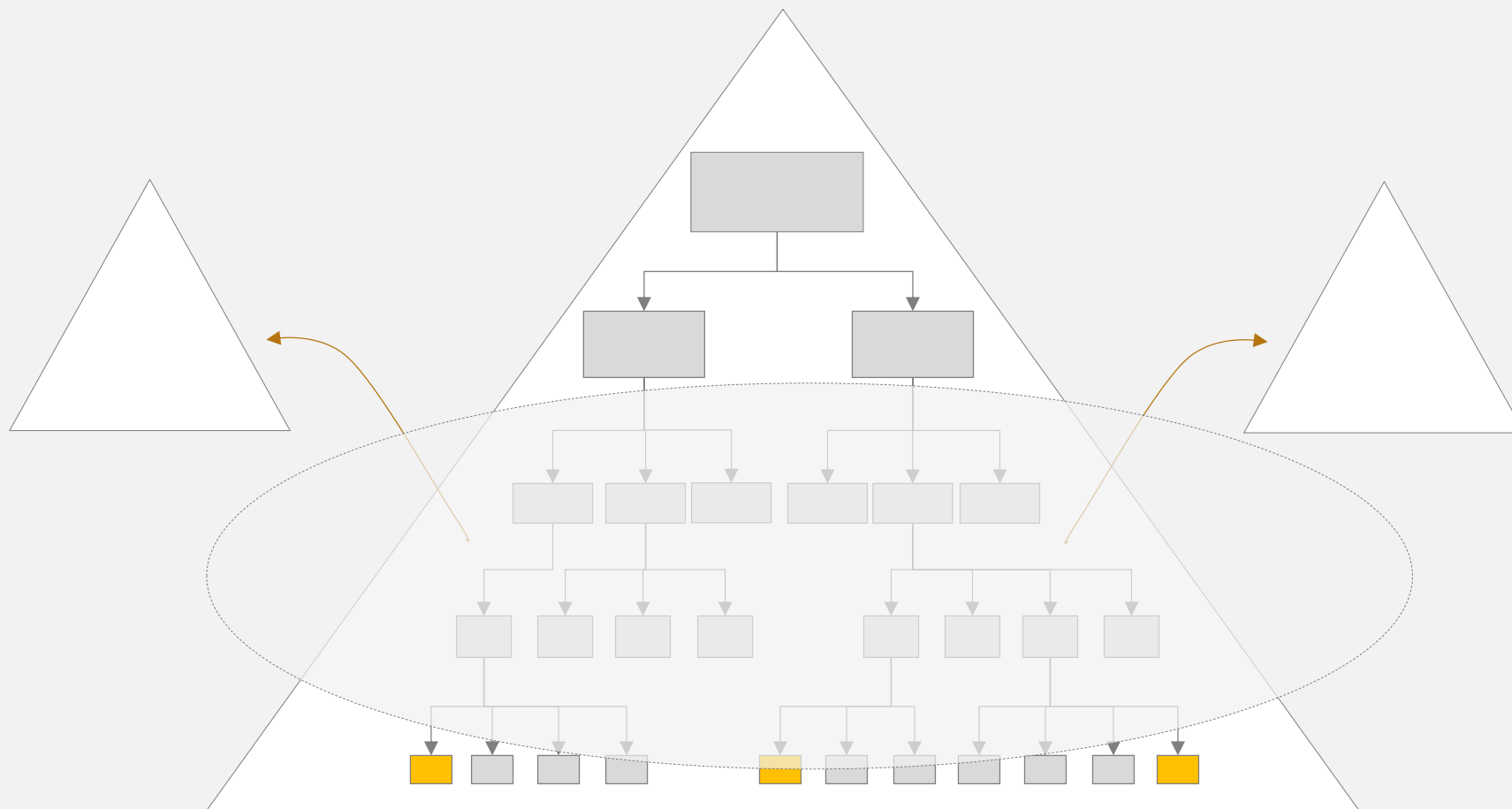


HVOR ER INDKØB "VOKSET OP"?

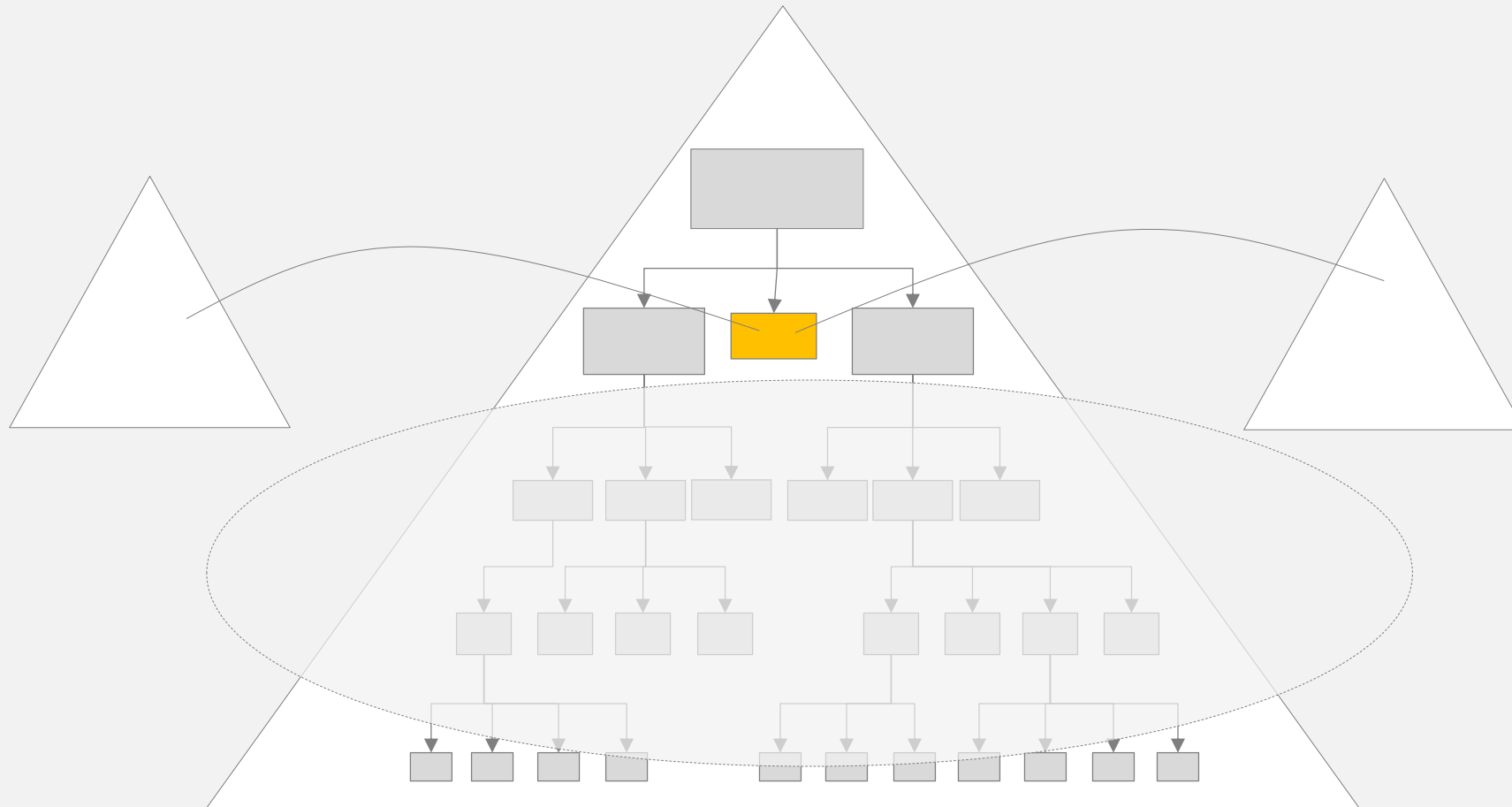
Value added



"VIDENSCONTAINER" TØMMES!

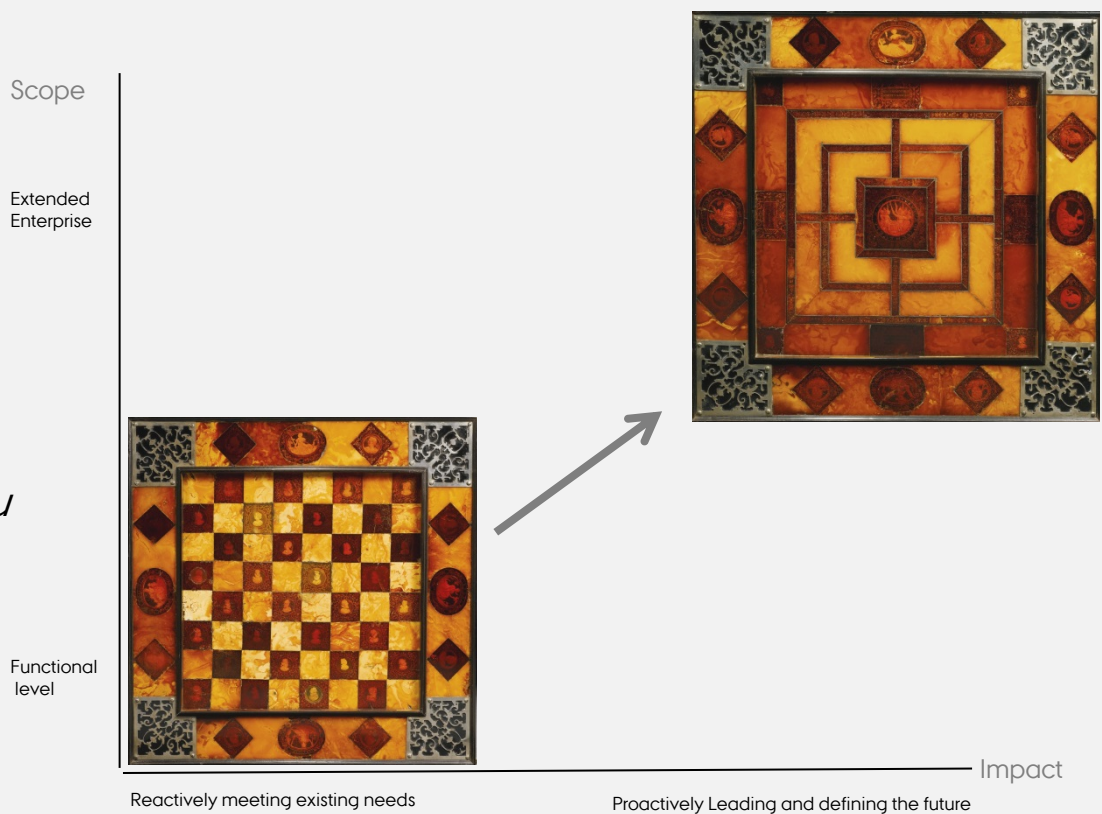


(U)PASSENDE "KÆLDERMANÉRER"



BEHOV FOR NY SPILLEPLADE I INDKØB

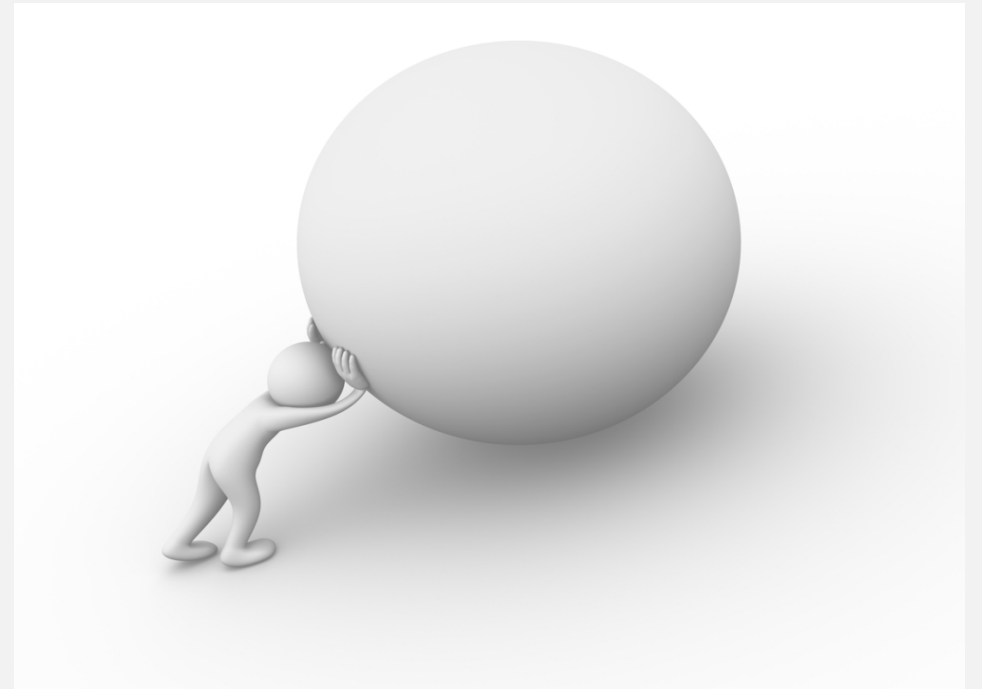
*"If you earnestly believe that you can compensate for a lack of skill by doubling your efforts – There is no end to what you **cannot** do!"*



*Nødvendig erkendelse:
"What got us here
won't get us there!"*

KAN IKKE SMIDE DET VÆK MAN HAR *FANGET I GAMMEL INFRASTRUKTUR*

- Hænger fast i...
 - Vaner
 - Rutiner
 - Selvfølgelig (andres forståelse..)
 - Belønningssystemer



*Det handler ofte mere om at aflære noget gammelt,
end om at lære noget nyt...*

PRIMÆRT ET LEDELSESPROBLEM!



„Der Fisch fängt vom Kopf an zu stinken“

DIFFERENT CURES FOR DIFFERENT ILLNESSES

- Man kan og skal ikke det samme med dem alle sammen – hele tiden
- Kunsten er at vide hvad man skal bruge de forskellige til, og efterfølgende behandle dem derefter!



*There are different cures
for different illnesses!*

Sir Ronald Ross

HVAD ER DET INDKØB VIL HAVE?

- En skarp pris og ikke andet?
- Adgang til en kritisk eller knap kapacitet?
- Adgang til gode ideer man ikke selv har?

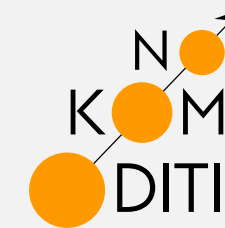


AGENDA/TEMAER

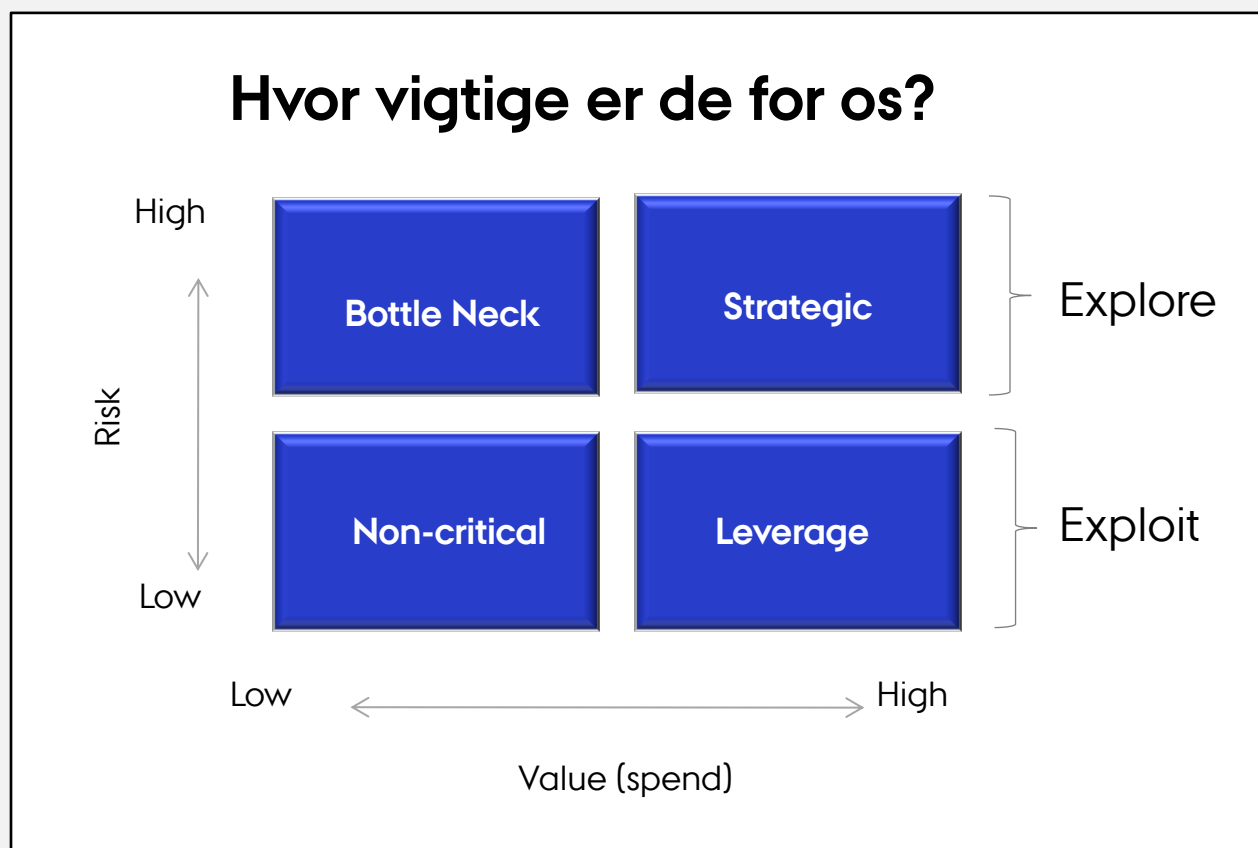
- Hvor kommer indkøb fra (hvordan ser de sig selv) og hvor skal de hen?
- **Indkøbs "professionalisering" og de problemer det har ført med sig**
- Det fundamentale dilemma i køb og salg
- Værdiskabelse – (hvordan) kommer vi videre?

NØDVENDIG KATEGORISERING

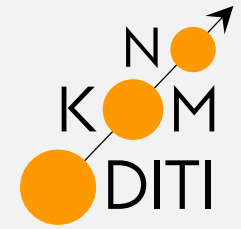
EXPLORE ELLER EXPLOIT?



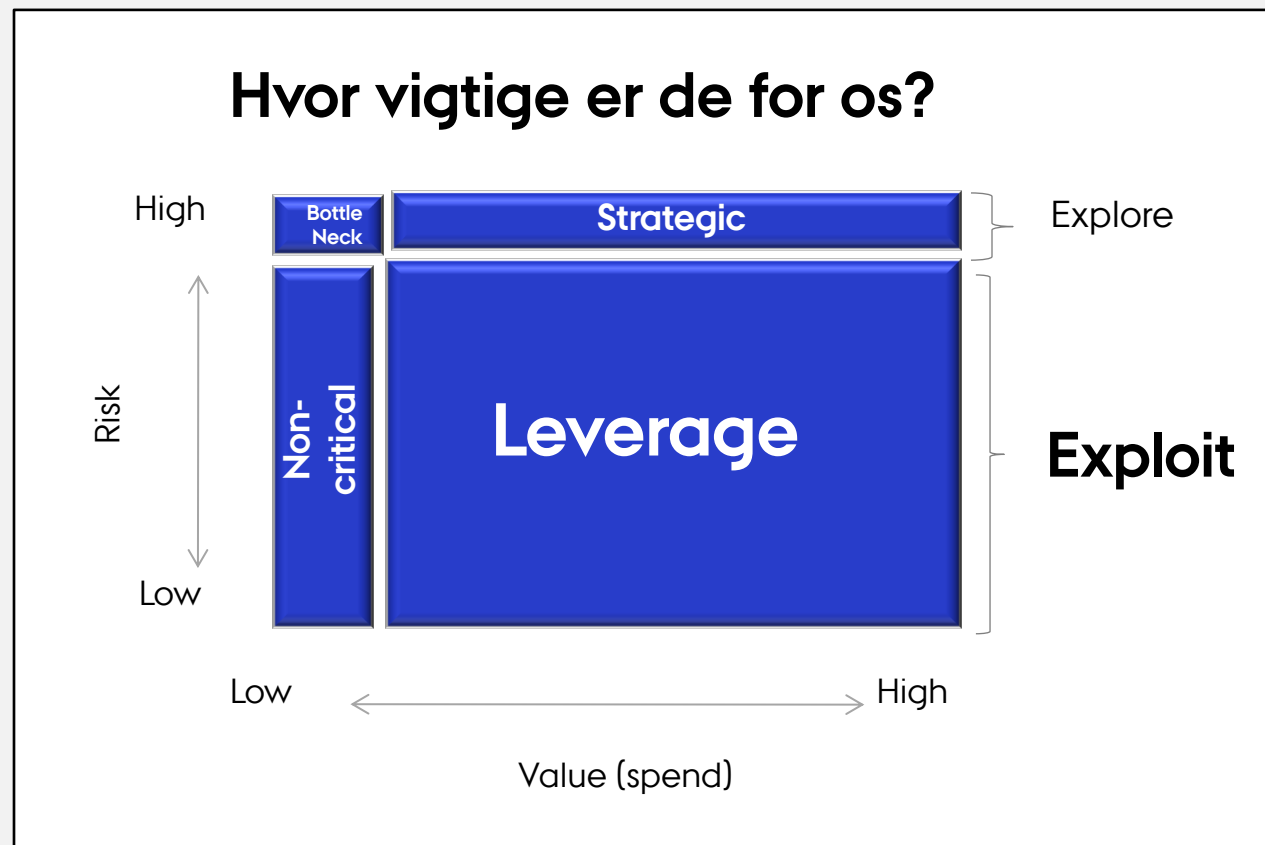
*...You can't do epic shit
with basic people*



1. PROBLEM



*...You can't do epic shit
with basic people*



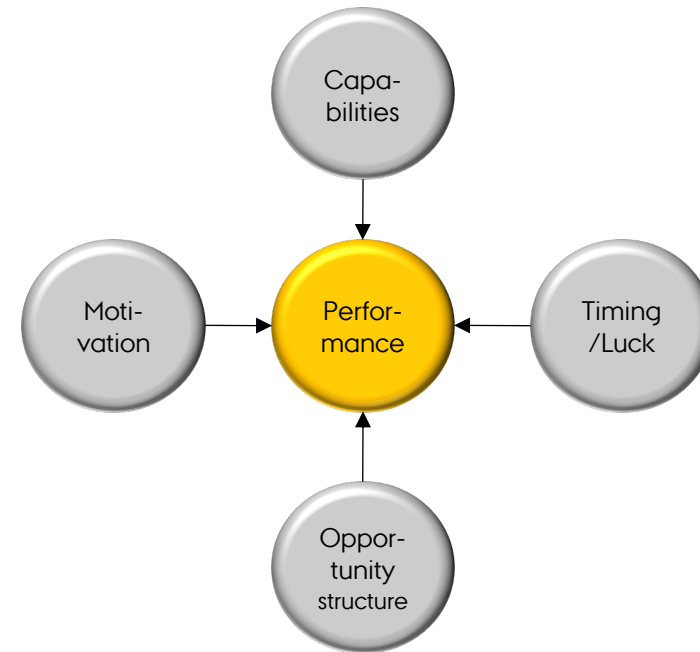
2. PROBLEM



Bare fordi du er stor er du ikke nødvendigvis lækker!

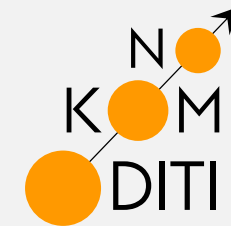
KANN ER NICHT ODER WILL ER NICHT?.....
(HABEN SIE MIT PRÜGEL VERSUCHT?)

$$P = f(C, M, O, T)$$

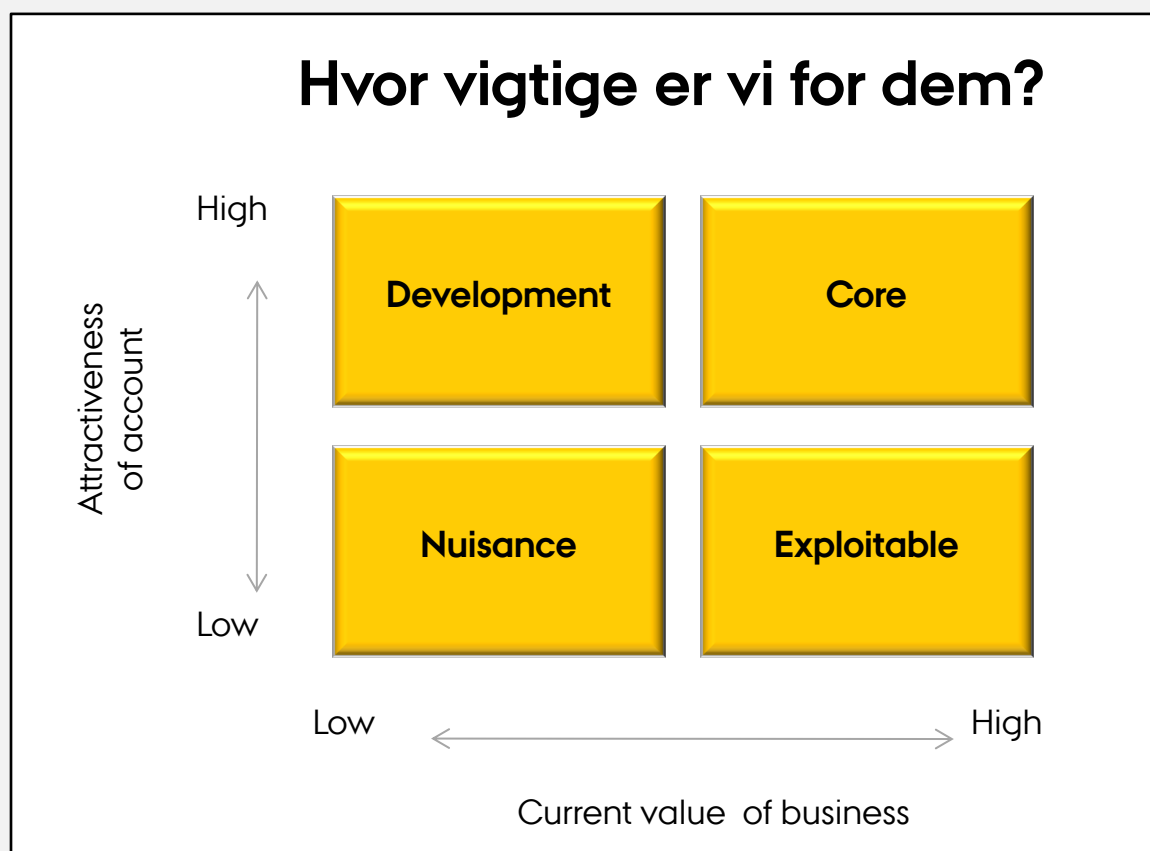


Source: Hedaa, CBS

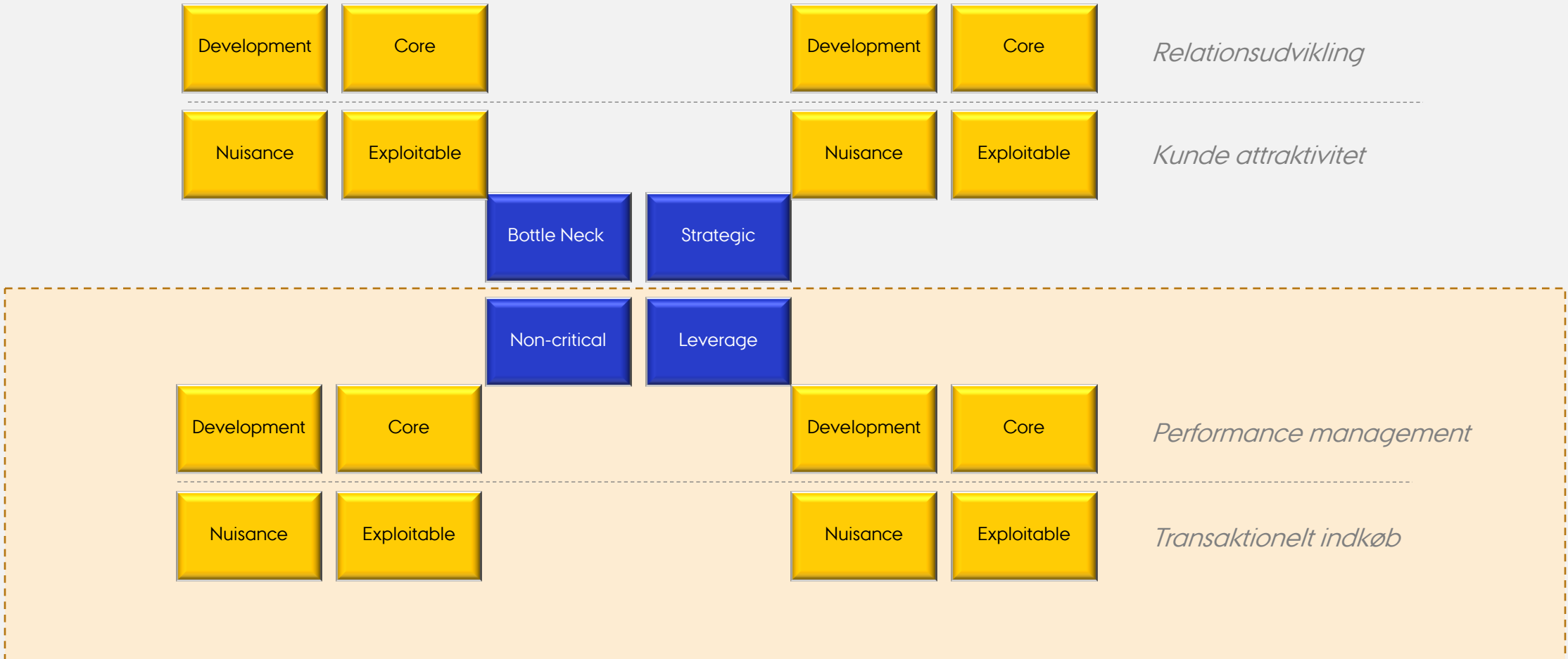
2. PROBLEM



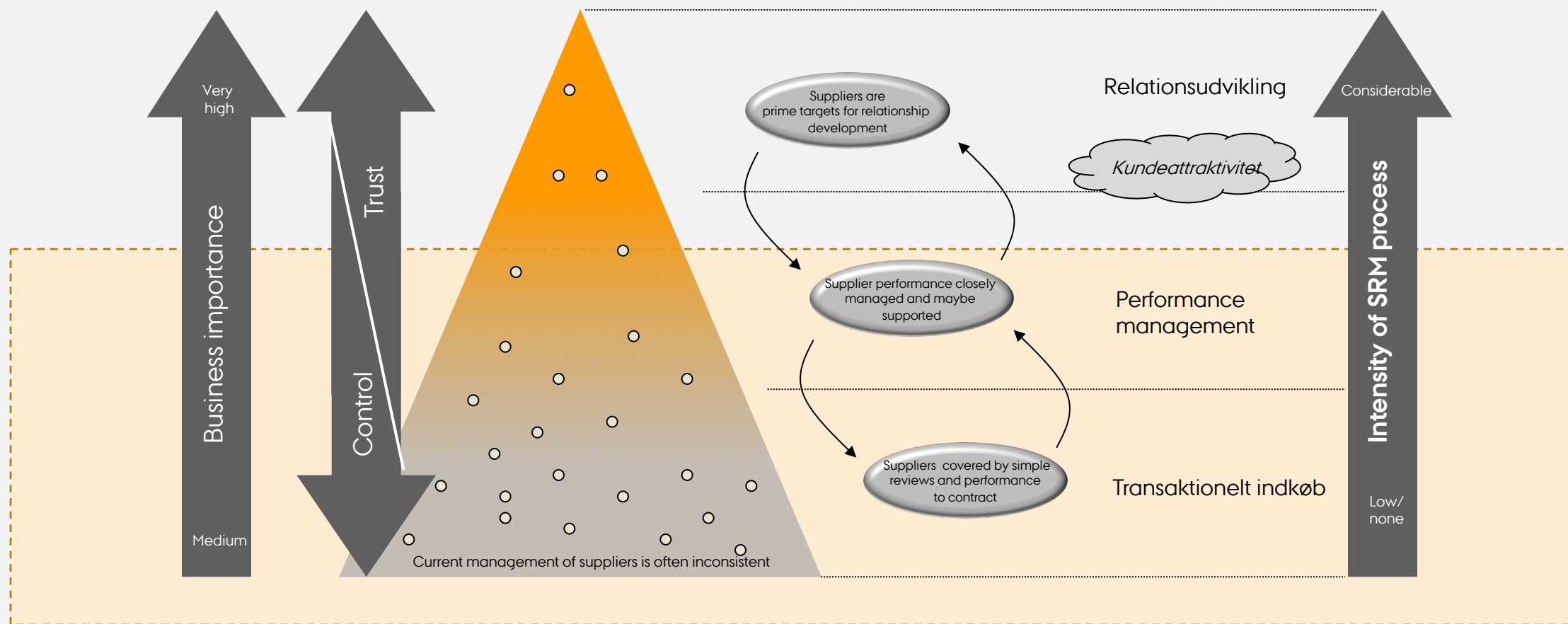
*...You can't do epic shit
with basic people*



4 RELATIONSNIVEAUER



EN MERE NUANCERET TILGANG DET SKER BARE DESVÆRRE SJÆLDENT!!

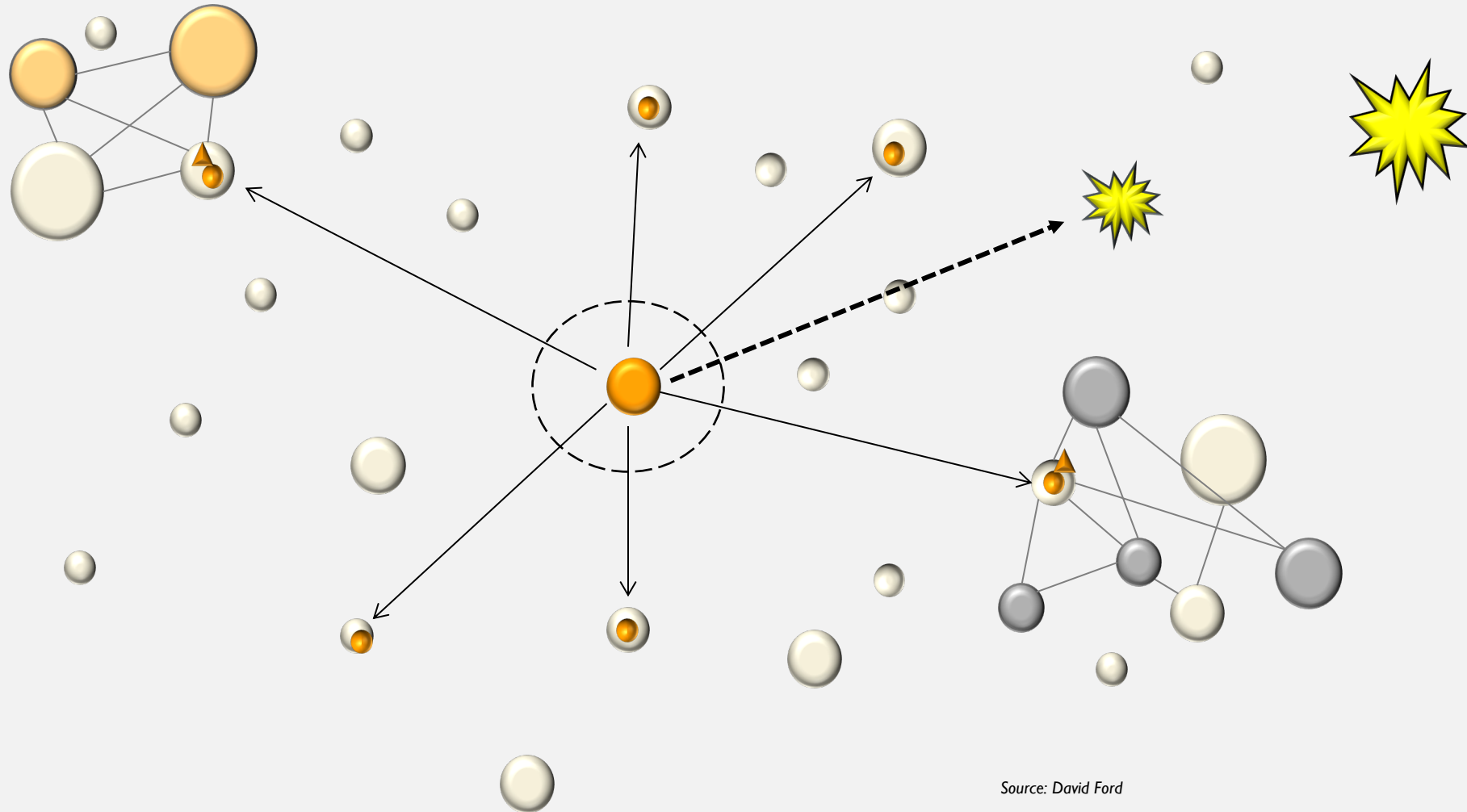


AGENDA/TEMAER

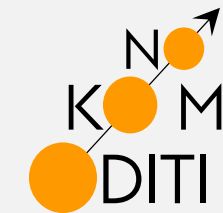
- Hvor kommer indkøb fra (hvordan ser de sig selv) og hvor skal de hen?
- Indkøbs "professionalisering" og de problemer det har ført med sig
- **Det fundamentale dilemma i køb og salg**
- Værdiskabelse – (hvordan) kommer vi videre?

DET 3. NETVÆRKSPARADOX?

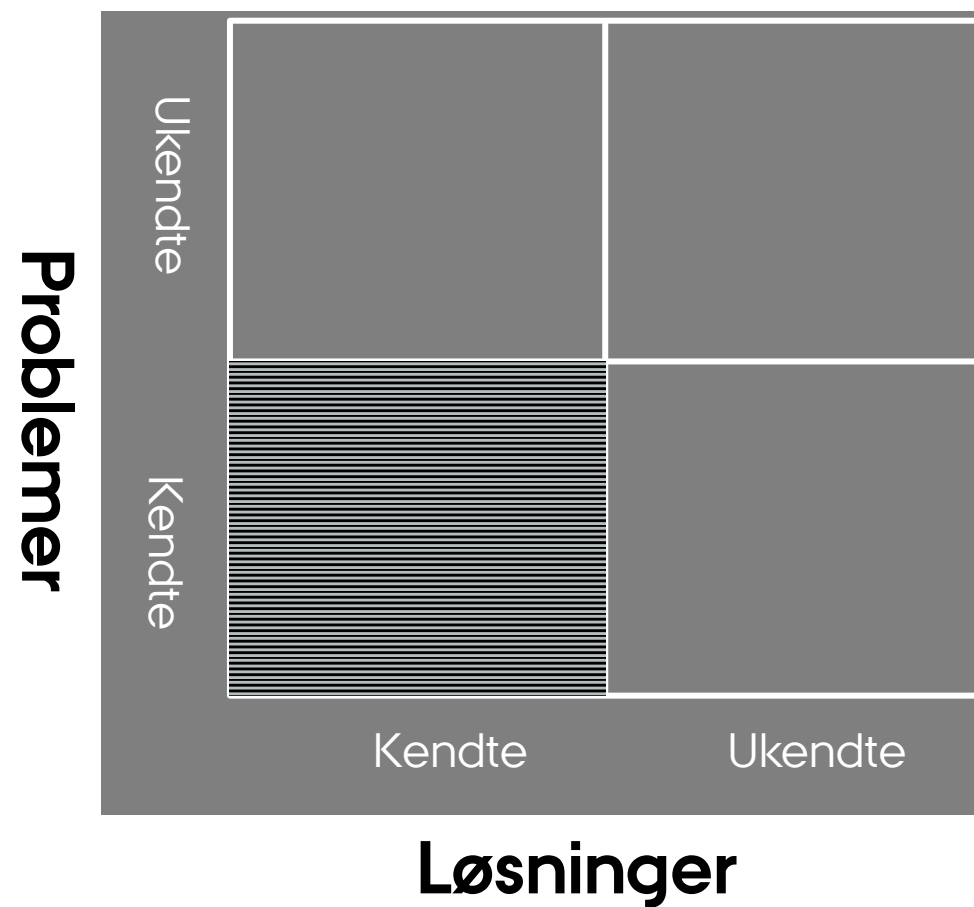
PROBLEMET MED KATEGORIER, STYRING OG KONTROL



ADGANG TIL DET MAN IKKE SELV VED..



*...You can't do epic shit
with basic people*

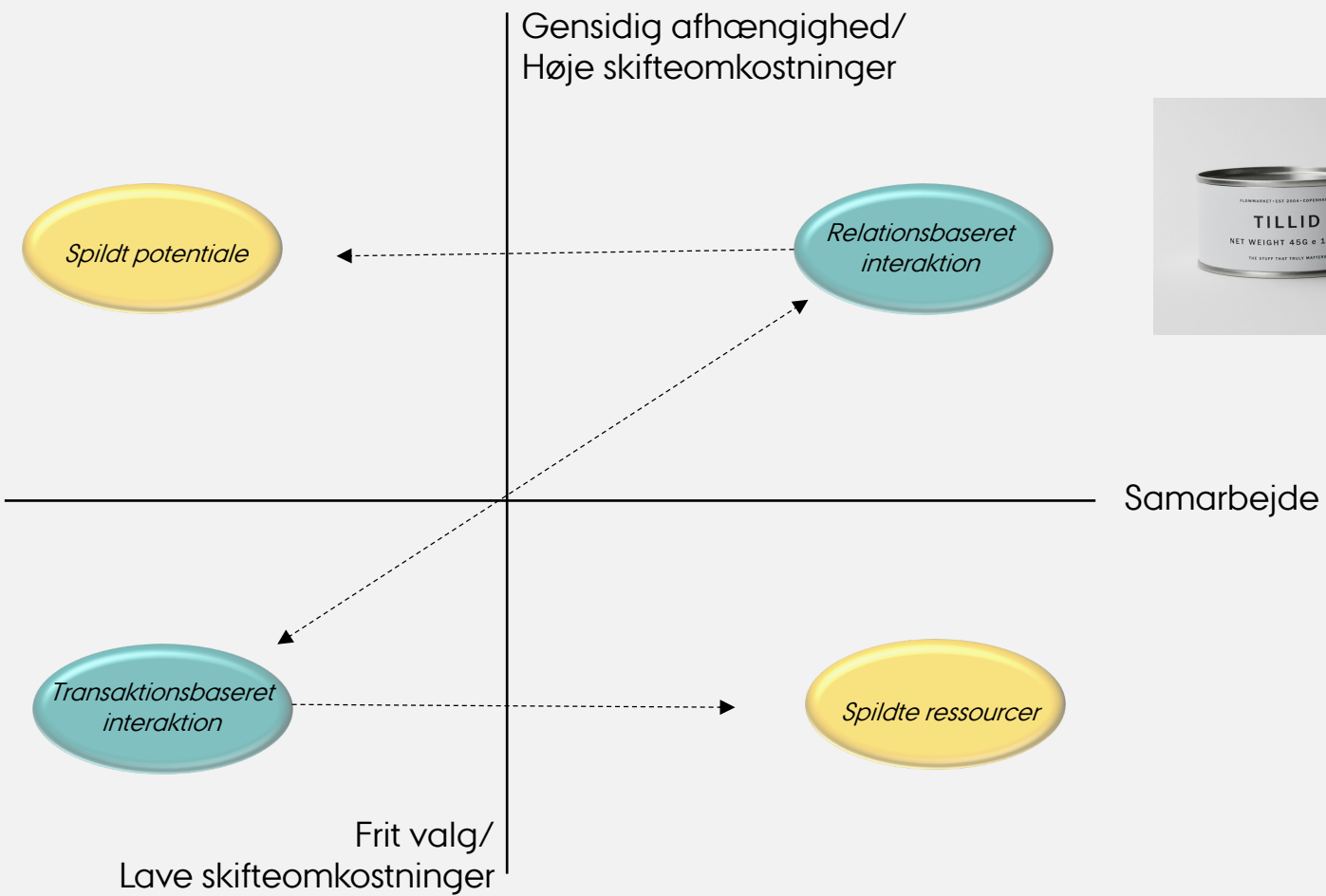
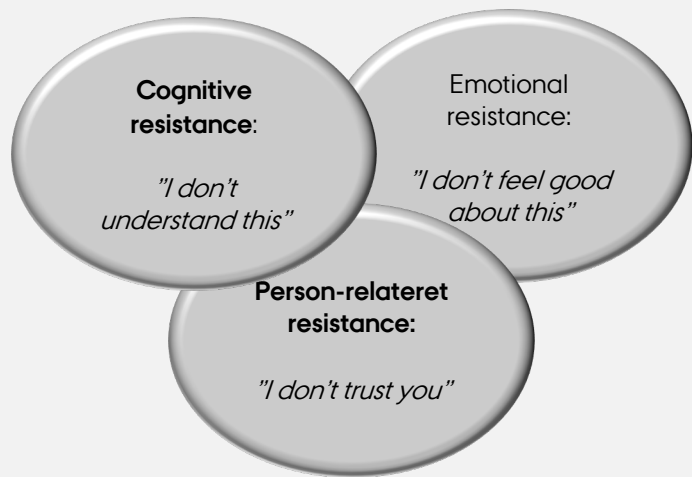


KONTROL ELLER NYE IDÉER?

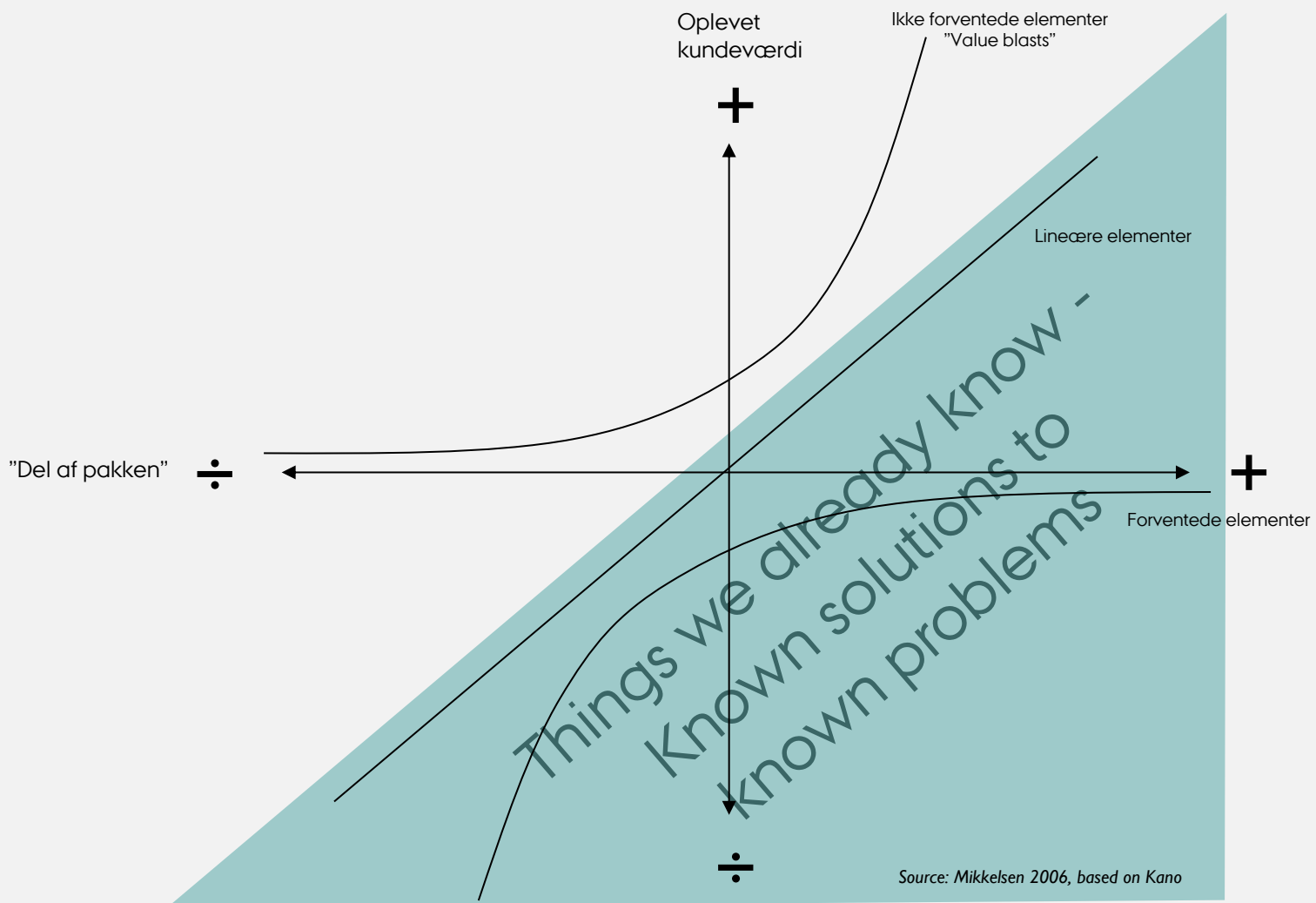
Graden af pre-specifikation

Adgang til leverandør kapacitet

DIFFERENT CURES FOR DIFFERENT ILLNESSES!



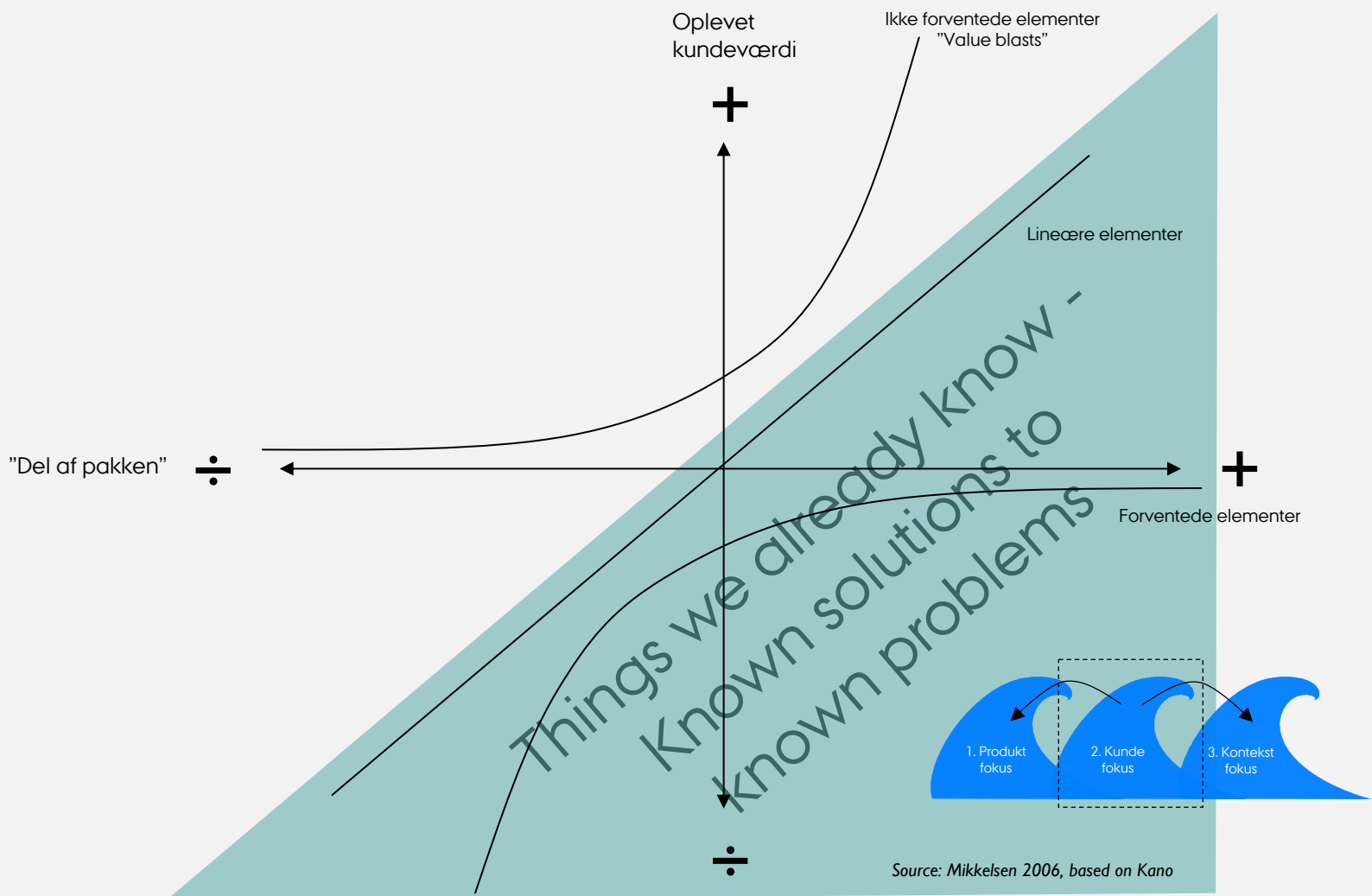
HVAD ER DET DER SKABER VÆRDI? HVAD ER DET MAN FÅR?



SALGETS 3 BØLGER



LIDT KIERKEGAARD FOR AT UNDGÅ "SMART-ASS" FÆLDEN

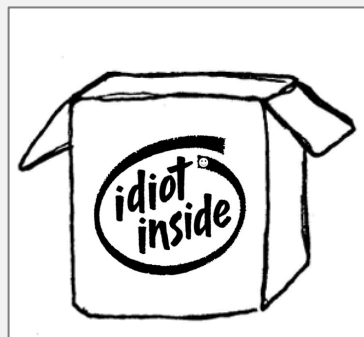


Source: Mikkelsen 2006, based on Kano

"FULDT HUS" FORDOMME

OM INDKØB:

- Født som +50 årige
- Vokset op i indkøb
- "Über-Jysk" inde i hovedet



OM SALG:

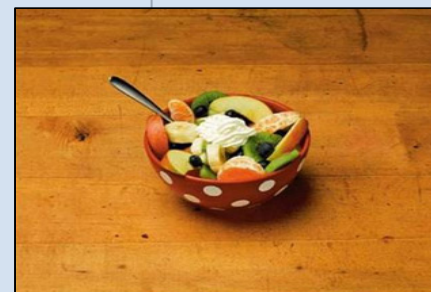
- Tom habit og stor bil
- Hører ikke hvad jeg siger
- "Føn-tørrer" snak

Indkøb



- Harmonization
- Standardization
- Scale advantages
- Industrial standard
- Transparency
- Analysis

Salg/marketing



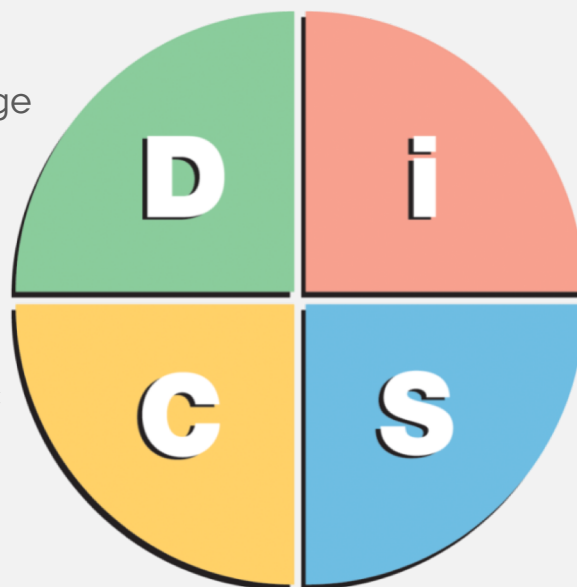
- Differentiation
- Segmentation
- Niche
- Uniqueness
- Brand story
- Emotional appeal

DISC® MODELLEN STYRKER OF "FOR MEGET"



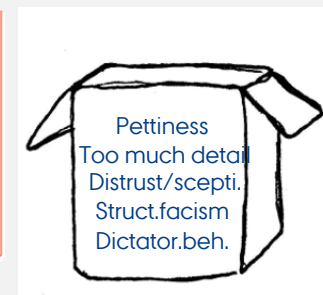
Pushy
Impatient
Domineering
Attacks first
Tough
Harsh

- High ego strength
- Strong-willed
- Decisive
- Efficient
- Desires change
- Competitive
- Independent
- Practical



- Emotional
- Optimistic
- Animated
- People oriented
- Enthusiastic
- Persuasive
- Talkative
- Stimulating

Disorganized
Undisciplined
Manipulative
Excitable
Reactive
Vain



Stuffy
Picky
Judgmental
Slow decisions
Fears criticism
Critical

- Perfectionistic
- Accurate
- Serious
- Orderly
- Sensitive
- Persistent
- Needs much information
- Cautious

- Dependable
- Supportive
- Agreeable
- Accepts change slowly
- Calm
- Reserved

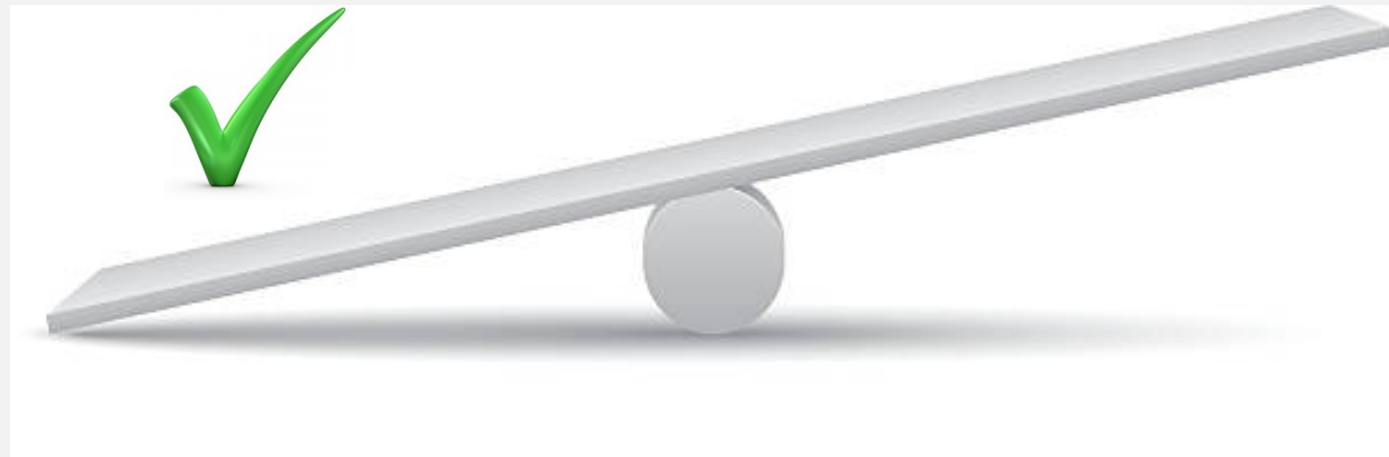
Unsure
Wishy-washy
Awkward
Possessive
Conforming
Insecure



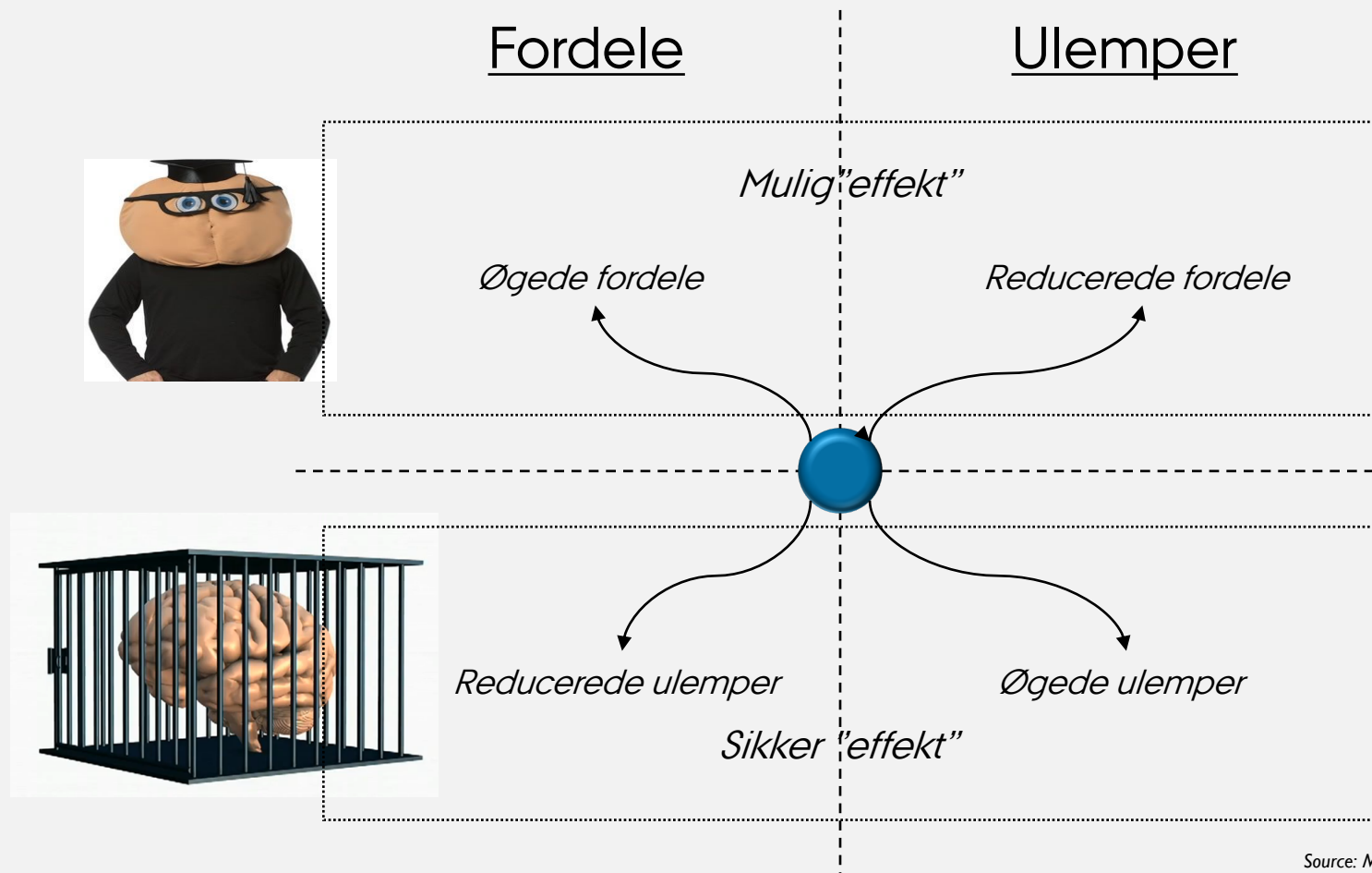
DET KLASSISKE DILEMMA I KØB OG SALG

Fordele

Ulemper



DET FUNDANEBTALE DILEMMA I KØB OG SALG



AGENDA/TEMAER

- Hvor kommer indkøb fra (hvordan ser de sig selv) og hvor skal de hen?
- Indkøbs "professionalisering" og de problemer det har ført med sig
- Det fundamentale dilemma i køb og salg
- **Værdiskabelse – (hvordan) kommer vi videre?**

1. UNDGÅ IDIOT-KASSEN KOMMUNIKATION OG ARGUMENTATION

Marketing	Procurement
<ul style="list-style-type: none"> Differentiation Segmentation Niche Uniqueness Brand story Emotional appeal 	<ul style="list-style-type: none"> Harmonization Standardization Scale advantages Industrial standard Transparency Analysis

Context:

- Organisational context
- Functional context
- Personal context



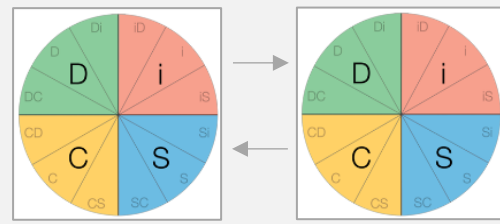
Wii-FM



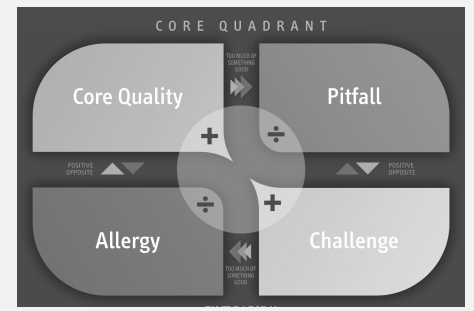
Argumentation:

$$\frac{\text{Value}}{\text{Cost}} * \text{Risk}$$

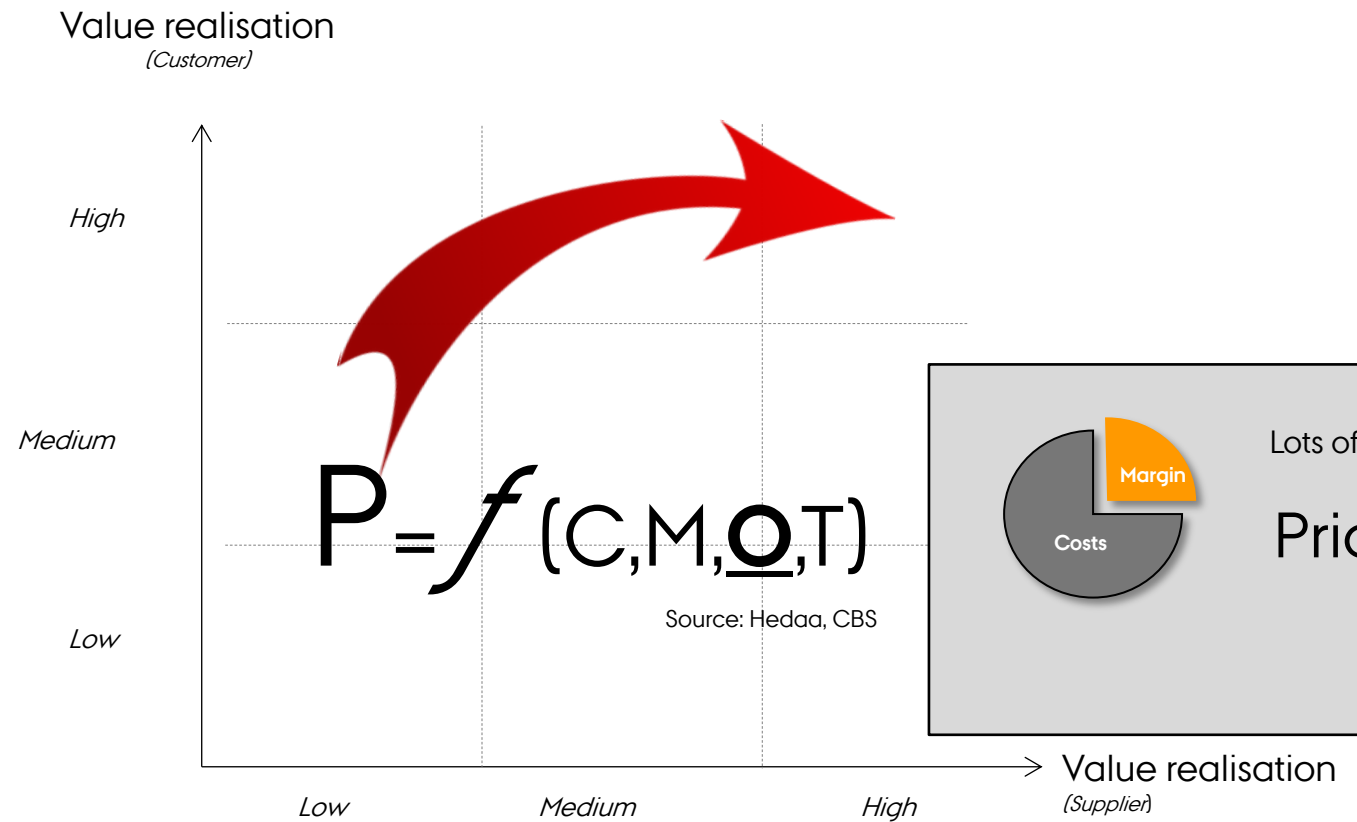
Personality profiles: (theirs and ours)



Source: Mikkelsen & Vammen



2. "GIVE AND MAYBE GET" CHANCEN FOR AT VOKSE IND I EN GOD FORRETNING

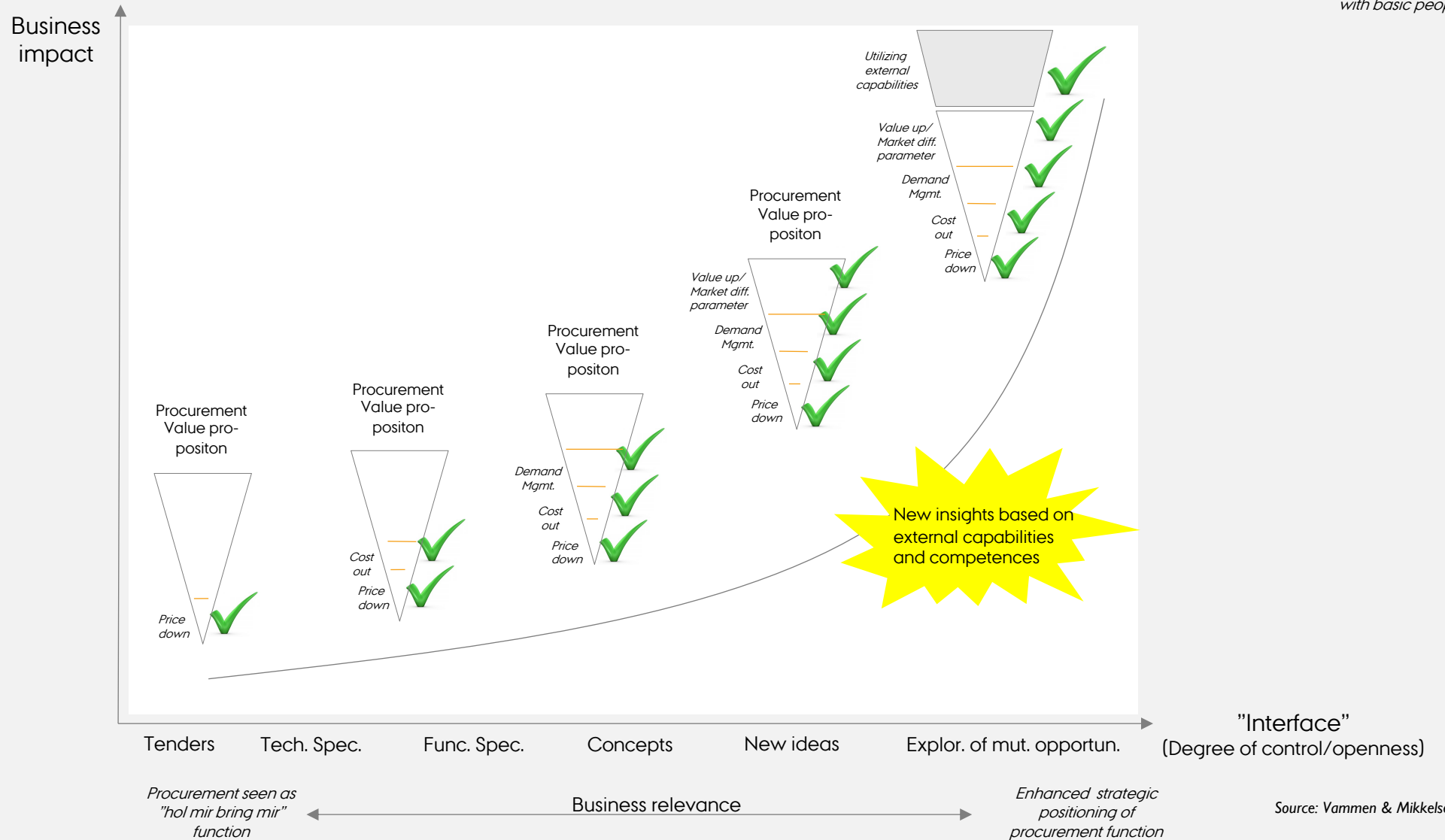


Lots of information required

Price = Cost + Margin

Little information required

3. HJÆLP INDKØB UD AF STRATEGISK GLEMSEL



SPØRGSMÅL & KONTAKT

- Nu
- Senere
 - mail: lars@btech.au.dk
 - mobil: 26357254
 - Linked-in: [Lars Bjerregaard Mikkelsen](#)

