



# ”Inköp som förstår och tänker försäljning”

En del i att utveckla företagets inköpsstrategier och på så sätt stärka positionen som flexibelt och kundanpassat företag kan vara att applicera ett delvis annat synsätt på inköpsfunktionens utgångspunkt.

Här presenteras några exempel på hur inköpstrategi och operativt inköpsarbete med försäljningsögon kan skapa nya möjligheter och förbättringar i såväl effektivitet som lönsamhet.

## Exempel från verkligheten

### > Exempel 1

Från viktig insatsvara med ständiga leveransförseningar – till samma vara i tid till oförändrat pris.

### > Exempel 2

Alltid i tid, alltid med 100% komplett leverans – trots obefintliga prognoser och krav på korta ledtider, före och under Covid 19.

## Målgrupp

Seminarieriet vänder sig till dig som arbetar med inköp, logistik, produktutveckling eller produktion på ett tillverkande företag.

## Kursledare

**Olle Elander** - Olle har bred erfarenhet från ledande befattningar inom utveckling, inköp, supply chain, försäljning och marknadsföring både nationellt och internationellt. Under sina 10 år på IKEA arbetade han som sortimentschef och som marknadschef i Österrike. Olle har även arbetat som VD för inköpskontoret i Shanghai på det börsnoterade Bergman & Beving.

## Var

Digitalt via Teams.

## Datum & tid

10 november klockan 10.00-11.00.

Seminarieriet är kostnadsfritt och ingår i erbjudandet för STORK.

## Anmälan

Via länk på [campusljungby.se/stork](https://campusljungby.se/stork) senast 2021-11-08.

Vid frågor kontakta [henrik@campusljungby.se](mailto:henrik@campusljungby.se)

STORK baseras på identifierade utmaningar som tillverkningsföretagen står inför. Syftet med projektet är att skapa ny kunskap kring robusta leverantörskedjor, strategiska inköp- och affärsmodeller samt öka kompetensen beträffande nya möjligheter och tekniker för sälj- och affärsutveckling i en global digitaliserad miljö.