



Een flatscreen aan de wand...

Ik heb nog een oude tv. Zo'n bakbeest. Het is de hoogste tijd voor een nieuwe en dan wil ik ook een strakke flatscreen-tv met een beeldscherm diagonaal van een centimeter of 100. Scenario één: ik neem mijn vriendin mee en kom thuis met tv van 48 centimeter. Scenario twee: ik ga samen met een vriend en laat me verleiden tot de aanschaf van het nieuwste: een lcd-tv van 165 centimeter. Goede zet gedaan?

Welk scenario ik ook volg: ik heb altijd een tv in de huiskamer staan die ik niet helemaal heb gewild. Die vriendin-flatscreen vind ik bij elke sportwedstrijd te klein en die mega lcd-tv is dan wel gaaf, maar eigenlijk te groot voor de woonkamer én te duur. Gelukkig is er nog een derde scenario denkbaar, die mij minder afhankelijk maakt van mijn omstanders of de trucs van de verkoper. Het lijkt een dooddoener, maar het is een gouden regel die door inkopers vaak te weinig in acht wordt genomen: 'Weet wat je wilt kopen'. Een spreuk die zo op een tegel zou kunnen.

Maar ik wist toch wat ik wilde kopen? Ja, maar niet goed genoeg. De kunst is om het beoogde product of de dienst zo goed mogelijk te specificeren. Dat begint bij inventariseren bij gebruikers wat zij nodig hebben. Een mooi voorbeeld in dat verband is de aanschaf van nieuwe pc's. Als je bij IT'ers te rade gaat, krijg je de meest fancy pc's met allerhande technische hoogstandjes én het bijpassende prijskaartje. De meeste gebruikers zullen echter genoeg hebben aan een pc met Word, Excel en Access. Als inkoper moet je erachter komen wat écht nodig is. Dat geldt

overigens voor alle producten uit de Kraljic-matrix¹. En mocht je er toch te weinig van weten, dan loont het de moeite om een specialist in te huren.

De volgende stap is weten wat er in de markt te krijgen is, ofwel *purchasing intelligence*. In mijn derde scenario heb ik urenlang op internet rondgedoeld. De markt is tegenwoordig zo transparant, dat ik me goed zelf kan voorbereiden en erachter kom wat ik wel en niet aan de nieuwste snufjes heb. Deze informatie geeft me een stevige positie in het gesprek met de verkoper. Ik laat me door hem geen *wavelength blacklight systeem* of *multi pixel* lcd-scherm aanpraten. Ik word zijn gesprekspartner en hij de mijne. Dankzij mijn feitenkennis ben ik in staat de expertise van de verkopende partij te gebruiken. Nu zie je vaak dat inkopers en verkopers tegenover elkaar staan. Ik denk juist dat je als inkoper – mits goed voorbereid – samen met de leverancier jouw probleem op kunt lossen.

Of het goed is gekomen met mijn huiskamer? Het is maar hoe je het bekijkt. Naast een net iets te klein beeldscherm hangt inmiddels een fraai tegeltje te blinken. De tekst kunt u wel raden.

Geert Geertsema

is directeur van inkoopadviesbureau Conducto BV

¹Zie voor een uitleg van de Kraljic-matrix het artikel *Methoden en technieken op pagina 22 van deze editie van Zkopers*.