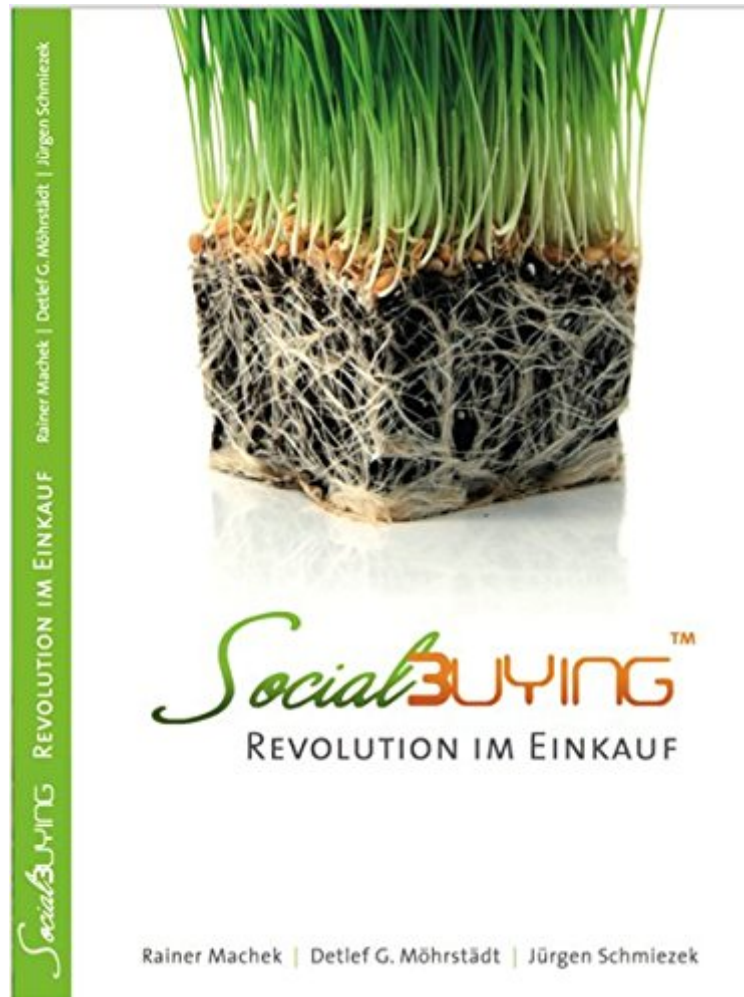


[Download] Social Buying - Revolution im Einkauf

Social Buying - Revolution im Einkauf

Von Rainer Machek, Detlef G. Mhrsttdt, Jrgen Schmiezek
DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation - Verkaufsrang: #404685 in BcherVerffentlicht am: 2012-02-23Abmessungen: 9.53 x .71b x 6.85l, Einband: Gebundene Ausgabe144 Seiten | File size: 25.Mb

Von Rainer Machek, Detlef G. Mhrsttdt, Jrgen Schmiezek : Social Buying - Revolution im Einkauf before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Social Buying - Revolution im Einkauf:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen2 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Oberflchliches WerbematerialVon TirionLeider sind die bisherigen Rezensionen fr mich nicht erklrbar. Es handelt sich um ein Buch von Managern eines namhaften Anbieters von eProcurement Systemen auf dem europischen Markt. Ich kann mir nur vorstellen, dass hier mehrere Mitarbeiter und Projektpartner Bewertungen abgegeben haben, eine Google-Recherche der Rezensenten besttigt das...In "Social Buying" werden oberflchlich gesellschaftliche / technologische Entwicklungen (Verbreitung von Internet und Social Media, ...), Basiseinkaufswissen und Praxisbeispiele aus der eigenen Projekterfahrung zu verschiedenen Hypothesen zusammengewrfelt. Leider sind diese

Prognosen zur weiteren Entwicklung des Einkaufs und der verwendeten Technologien und Plattformen nicht begründet und zumeist auch nicht plausibel. Das Buch bewegt sich sowohl hinsichtlich Argumentation als auch Fachwissen durchgehend an der Oberfläche, die Bezeichnung "Fachbuch" ist absolut unangemessen. Wer sich ernsthaft mit Einkauf beschäftigen will, ist bei Appenzeller oder He deutlich besser aufgehoben. Dieses Buch ist eher Werbematerial als Fachbuch. 2 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ein guter Überblick zum Thema Einkauf. Von Chase Das Buch beschreibt sehr gut die historische Entwicklung und den derzeitigen Wandel im Einkauf. Besonders die Unterstützung des Einkaufs durch elektronische Lösungen ist ein spannendes Thema. Die Autoren geben einen möglichen Ausblick über die Zukunft des Einkaufs. Für den 5. Stern hätte ich mir mehr wissenschaftliche Untermauerungen/Modelle der Thesen gewünscht. Insgesamt ein gelungenes Werk um sich einen Überblick zum Thema Einkauf zu verschaffen. 1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Eine MUSS-Lektüre. Von Simon Nuessle Ein Buch, das in aller Deutlichkeit die Herausforderungen in einer sich wandelnden Einkaufswelt hervorhebt. Es zeigt nicht nur klar auf, dass starre Arbeitsweisen in vielen Unternehmen aufgebrochen werden müssen, sondern bietet klare Handlungsanweisungen mit welchen Methoden und Tools dies geschehen kann. Die zentrale Aussage des Buches ist allerdings auch, dass neben Methoden und Tools motivierte, gut ausgebildete und dynamische Mitarbeiter der zentrale Einflussfaktor für den Erfolg des Einkaufs in den Unternehmen sind. Jedes Tool und jede Methode ist nur so gut wie die Mitarbeiter, die diese entsprechend anwenden. Das Buch sollte Ansporn sein für eine neue, junge Generation an Einkäufern. Sehr gut und verständlich geschrieben! Wirklich empfehlenswert!

Kurzbeschreibung Social Buying Revolution im Einkauf
 Dem globalen Einkauf steht nach Meinung der Autoren eine Revolution bevor: Social Buying! Soziale Netzwerke, Online Communities und Cloud Technologies prägen nicht nur immer stärker unsere Gesellschaft, sie werden vor allem einen bedeutenden Einfluss auf die Arbeitsweisen und Technologien im Einkauf haben. In diesem neuen Informationszeitalter muss, nach den Worten von Prof. Dr. Robert Fieten (Leiter Management-Forschungs-Team, KfV und Mitglied des Vorstandes des Bundesverbandes Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V., Frankfurt/Main), das Drehbuch des professionellen Einkaufs neu geschrieben werden. Die Zukunft wird geprägt sein durch einen globalen Kampf um Rohstoffe, Energie, Informationen und exzellente Mitarbeiter. Als Konsequenz daraus werden sich völlig neue Informationstechnologien entwickeln und sowohl die Arbeitsweisen von Einkaufsorganisationen, als auch die Anforderungen an den Einkäufer dramatisch verändern. Die Autoren führen den Leser nicht nur durch die anstehenden Veränderungen und Herausforderungen. Sie erläutern zudem, warum Social Buying die zwangsläufige Antwort sein muss und welche technologischen Entwicklungen damit verbunden sein werden.

Praxisberichte von Herrn Dr. Bernd Huber (Head Sourcing Center of Excellence, Google, Inc.) und Herrn Stefan Wagenhofer (Senior Vice President Procurement, OMV AG) ergänzen diese Ausführungen und zeigen, welche zukunftsweisenden Lösungen heute schon möglich sind.

Über den Autor und weitere Mitwirkende:
 Rainer Machek ist seit 2001 bei SynerTrade, einem führenden europäischen Anbieter für Einkaufssoftware und -Beratung im Vorstand verantwortlich für Marketing Sales. Er betreut und begleitet Unternehmen wie Fresenius Medical Care, HUGO BOSS, Henkel, OMV u.a. im elektronischen Einkauf. In den mehr als 13 Jahren seiner Tätigkeit wurde er ein profunder Kenner der Themen und Prozesse im Einkauf bei Großunternehmen und im Mittelstand und der Anforderungen für Einkaufslösungen. Vor seiner Aufgabe bei SynerTrade war er über 8 Jahre selbständiger Unternehmensberater und unterstützte Firmen wie Hewlett Packard, ALNO, Mannesmann, Osram, Iveco, Phoenix in Strategie- und Vertriebsfragen. Rainer war davor 10 Jahre als Vertriebsleiter und Geschäftsführer für verschiedene in- und ausländische Unternehmen tätig. ----- Detlef G. Mhrstdt ist als Managing Partner in der Unternehmensberatung IplusN als Partner tätig. Seine Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Beschaffung, Supply Chain, Lieferanten Management, E-Procurement Management und Einkaufscontrolling. Managementenerfahrungen in operativen Verantwortungsbereichen sammelte er hauptsächlich in der Werkzeugmaschinen- und der Papierindustrie sowie dem Dienstleistungssektor und in der Medizintechnik. Er entwickelte u. a. den an das EFQM-Modell angelehnten Einkaufscheck, sowie ein einfaches, pragmatisch anzuwendendes Analyse- und Optimierungswerkzeug (PKA), mit dessen Hilfe die Unternehmensprozesse und deren Kosten untersucht und dargestellt werden. Zu diesen und anderen Themen hat er in den letzten Jahren zahlreiche Bücher und Aufsätze publiziert. Sein im Schöffer Poeschel Verlag erschienenes Buch Electronic Procurement, planen einführen nutzen ist mittlerweile ein Standardwerk und auch heute noch aktuell. ----- Jürgen Schmiezek ist als Senior Manager bei SynerTrade im Bereich Unternehmensentwicklung tätig. Zuvor war er als selbständiger Business Advisor und Experte für Business Process Reengineering über ein Jahrzehnt für Unternehmen aus vielen unterschiedlichen Branchen tätig. Zu seinen Mandaten zählten produzierende, mittelständische Unternehmen, als auch Konzerne. Darüber hinaus restrukturierte und reorganisierte er als Interim Manager Unternehmen in den Bereichen Produktion, Supply Chain Management und Einkauf. Seine operativen, thematischen Expertisen publizierte Jürgen Schmiezek unter anderem bei einem Fachvortrag an der Universität Klagenfurt zum Thema Software-Qualitätssicherung bei veränderten Altersstrukturen Erfolgsregeln für ein Zusammenspiel von Kreativität Erfahrung und in dem Kapitel Business Process

Reengineering in der Sanierung des Buches von Dr. Dr. Stefan Hohberger und Dipl.-Kfm. Hellmut M. Damlachi
Sanierung im Mittelstand , erschienen im Tectum-Verlag.Prolog. Abdruck erfolgt mit freundlicher Genehmigung der
Rechteinhaber. Alle Rechte vorbehalten."Der Einkauf ist tot, es lebe der Einkauf!" Dies ist die Botschaft der
vorliegenden Schrift. In Zukunft wird es fr den industriellen Einkauf ganz selbstverstdlich sein, die moderne
Informations- und Kommunikationstechnologie (IuK-Technologie) und hierbei insbesondere die Social Media fr die
Anbahnung von Geschftsbeziehungen zu Lieferanten aber auch alle Facetten des Supplier Relationship Management
professionell zu nutzen. Rainer Machek, Detlef G. Mhrstdt und Jrgen Schmiezek haben hierfr den treffenden Begriff
"Social Buying" gewhlt. Diesen erlutern sie in allen seinen Facetten und machen deutlich, dass das, was das private
Einkaufsverhalten der "Digital Natives", die in Permanenz auch mobil online sind, schon heute charakterisiert, auch
die Einkaufsprozesse der Unternehmen immer mehr prgen und die gesamte Einkaufsorganisation revolutionieren
wird..Im Informationszeitalter muss das Drehbuch des professionellen Einkaufs in der Industrie neu geschrieben
werden. Hierzu leistet die vorliegende Schrift einen inspirierenden Beitrag. Die beiden gut gewhlten Praxisberichte
von Dr. Bernd Huber (Head Sourcing Center of Excellence, Google, Inc.) sowie Stefan Wagenhofer (Senior Vice
President Procurement, OMV AG) zeigen, welche zukunftsweisenden Lsungen schon heute in der Praxis mglich
sind..Der "neue" industrielle Einkauf muss mit hochqualifizierte Fhrungs- und Fachkrften, die sowohl einen
technischen als auch einen betriebswirtschaftlichen Hintergrund haben, besetzt werden. Diese sind jedoch dnn gest.
Der War for Talents ist in vollem Gange. Nur wem es gelingt, die besten Mitarbeiter fr den Einkauf zu gewinnen und
diese zu halten, wird mit einer neu aufgestellten Einkaufsorganisation und "Social Buying" nachhaltige Erfolge
erzielen knnen. Im Recruiting und Retainment der besten Kpfe bleibt noch viel zu tun. Die Unternehmen sollten diese
Aufgabe engagiert angehen. Die Nutzung der Social Media kann auch hierzu entscheidende Beitrge leisten, damit der
"neue" Einkauf auflebt.