

INDIRECT SPEND

Einkaufsoptimierung indirekter Bedarfe: Herausforderungen, unterschätzte Potenziale und Chancen



WHITEPAPER

INVERTO
A BCG COMPANY

S. 03 **Einleitung**

S. 04 **Das 1 x 1 des indirekten Einkaufs**

S. 05 **Herausforderung Adressierbarkeit**

S. 06 **Übersicht der Optimierungsansätze
im Indirect Spend**

S. 07 **Demand Management –
einer der stärksten Hebel im indirekten Einkauf**

S. 10 **Tail-end Management –
ein Einsatzfeld, das sich lohnt**

S. 13 **Stakeholder Management – die Grundlage für
ein erfolgreiches Change Management**

S. 14 **Fazit**