

Inkoop kan niet meer los worden gezien van verkoop

Marc Breugelmans, Arc Nederland



Zo heel vaak kom je het niet tegen, een vrouw als commercieel inkoper in de technische groothandel. Kristel Sessink voelt zich als een vis in het water in haar inkoopfunctie bij Delbouw dak & techniek. In slechts acht jaar tijd heeft zij een vast plekje in de inkoopwereld weten te veroveren. Haar functie wordt in dit eerste deel van een serie nader bekeken.

Zelf vindt ze het eigenlijk niet zo bijzonder, een vrouw in de technische inkoop. “Steeds meer vrouwen vinden werk in een inkoopfunctie. Dat zie je ook terug in de opleidingen. In een technisch vak is dat nog anders, maar ik ben ervan overtuigd dat daar de komende jaren verandering in komt.” Ze vertelt de techniek erg boeiend te vinden. “De ontwikkelingen in de techniek zijn voor een inkoper zeer uitdagend. De complexiteit van de techniek en combinatie van producten maakt het interessant. Ik ben echt van de techniek gaan houden!”

Binnen Delbouw dak & techniek houdt Sessink zich bezig met de commerciële inkoop. Een verantwoordelijke baan die feitelijk direct moet bijdragen aan het verkoopssucces en de groei van de onderneming. “De zoektocht naar de juiste producten, daar draait het om. Dat vraagt niet alleen om inkoopkennis, maar juist en vooral ook om kennis van de markt en van de klanten. Een commercieel inkoper is als een spin in het web. Ik praat veel met de leveranciers, over marktontwikkelingen, productinnovaties en vooral ook slimme en duurzame oplossingen voor onze afnemers. Daarnaast zoek ik heel direct onze verkoop op. Wat loopt goed, waar kunnen we echt scoren? Een goed contact met de verkoop is van levensbelang. Inkoop en verkoop opereren echt als team, als een soort Siamese tweeling.”

De laatste tien jaar is het belang van de commerciële inkoop toegenomen. Vroeger deden veel ondernemingen inkoop er even bij. “Dat is in deze tijd ondenkbaar. Onze afnemers willen zo gunstig mogelijke condities, in kwaliteit en prijs. Ze willen weten welke nieuwe producten er te koop zijn. Wij willen voorop lopen, kennis van marktontwikkelingen en producten vroegtijdig delen met onze afnemers. Ons goede contact met de markt, zowel aan leveranciers- als klantzijde, helpt enorm en versterkt de binding met alle marktpartijen. Delbouw vaart daar wel bij.”

Volgens Kristel kan een commercieel inkoper niet snel tevreden zijn. “Je blijft op zoek naar kansen. Natuurlijk moet de voorraad in omvang en kwaliteit op orde zijn, maar je bent voortdurend kritisch op zoek naar nieuwe producten en mogelijkheden. Daarbij moet je niet op emotie sturen maar op ratio.” Uiteindelijk gaat het om het succes van de afnemers, zij moeten de producten kunnen toepassen en verwerken. Dat begint bij de inkoop. Inkoop wordt feitelijk steeds meer leidend voor een succesvol verkoopproces. Verkopers en leveranciers worden zich hiervan steeds meer bewust. “Als inkoper staan we veel dichter bij de eindgebruiker dan vaak gedacht wordt. Een nauwere samenwerking van inkoop met verkoop en leveranciers is naar mijn idee de sleutel tot succes!”