



1. Interne Kunden

Wer sind meine interne Kunden / Bedarfsträger?

2. Verstehen

- Wie platziere ich den Einkauf als Problemlöser?*
- Wo drückt der Schuh der internen Kunden?*

Kommunikation →

3. Erkenntnisse zusammenfassen

Wo besteht der größte Handlungsbedarf?

4. Analyse Rahmenbedingungen

- Welche Systeme, Prozesse, Lieferanten habe ich zur Verfügung?*
- Was kann ich verändern?*

5. Quick Wins identifizieren

Wie kann ich das Einkaufserlebnis kurzfristig optimieren?

Nutzen ↑

Umsetzbarkeit →

6. Aktive Schritte

- Welche top 3 Quick Wins möchte ich bis zu welchem Zeitpunkt umsetzen?*
- Wie gestalte ich die Kommunikation an die internen Kunden?*
- In welchen Intervallen sollen interne Kunden informiert werden?*
- Wie gestalte ich eine Feedbackkultur?*
- Ausblick: Welche weiteren Quick Wins sind im Fokus?*