

SMARTBUYER ***CATEGORY MANAGEMENT***

Budowa strategii kategorii zakupowej z wykorzystaniem AI

Od analizy kategorii do strategii i planu wdrożenia

03–04.12.2026 | WARSZAWA



Koszt, ryzyko i ciągłość dostaw kształtują się znacznie wcześniej niż podczas negocjacji



Na wynik kategorii wpływają decyzje dotyczące jej zakresu, potrzeb biznesu, wydatków, rynku, dostawców, ryzyk oraz sposobu wdrożenia przyjętego kierunku.

POTRZEBY BIZNESU

czego organizacja potrzebuje i jakie ma priorytety?

WYDATKI

co, gdzie i w jaki sposób kupujemy?

RYNEK I DOSTAWCY

jak wygląda rynek, baza dostawców i jej otoczenie?

RYZYKA I DŹWIGNIE WARTOŚCI

co może wpłynąć na wynik kategorii i gdzie znajduje się potencjał?

SPOSÓB DZIAŁANIA

jakie inicjatywy i decyzje będą potrzebne w kolejnych etapach?

Category Management pozwala spojrzeć na te elementy łącznie i przygotować **kierunek działania dla kategorii.**

Sześć kroków budowy strategii kategorii

01

02

03

04

05

06

**ZAKRES I CELE
KATEGORII**

potrzeby biznesu,
interesariusze,
kryteria sukcesu

**ANALIZA
WYDATKÓW,
RYNKU
I DOSTAWCÓW**

wydatki, rynek,
dostawcy, trendy
i źródła informacji

OCENA KATEGORII

ryzyka, dźwignie
wartości i kluczowe
uwarunkowania

**WARIANTY
STRATEGICZNE**

kierunki działania,
konsekwencje
i założenia

PLAN WDROŻENIA

inicjatywy, role,
harmonogram, KPI
i ryzyka

**BUSINESS CASE
I KOMUNIKACJA**

rekomendacja,
uzasadnienie,
interesariusze
i kolejne kroki

Każdy etap rozwija kolejny element strategii — od uporządkowania zakresu i danych po rekomendację oraz plan dalszych działań.

Z czym uczestnik kończy program

Uczestnik kończy program z rozpoczętą pracą nad strategią własnej kategorii i materiałami do jej dalszego rozwijania.



POTRAFI

- zdefiniować zakres i cele kategorii
- rozpoznać potrzeby biznesu i kluczowych interesariuszy
- analizować wydatki, rynek i dostawców
- identyfikować ryzyka i dźwignie wartości
- przygotować i porównać warianty strategii
- przygotować plan wdrożenia, inicjatywy i priorytety
- przygotować rekomendację i materiał do rozmowy z interesariuszami
- wykorzystywać AI do researchu, analizy kategorii i przygotowania materiałów strategicznych

POSIADA

- zdefiniowany zakres i cele kategorii oraz mapę interesariuszy
- analizę wydatków lub plan jej przygotowania
- ocenę rynku i dostawców
- zidentyfikowane ryzyka, dźwignie wartości i warianty strategii
- szkic rekomendacji i pierwszą wersję planu wdrożenia
- materiały przygotowane dla interesariuszy
- plan dalszych analiz i działań
- materiały przygotowane podczas AI Lab

Zakres wypracowanych materiałów zależy od złożoności kategorii, dostępności danych i etapu projektu.

Co wyróżnia SmartBuyer Category Management?



Program jest prowadzony warsztatowo. Uczestnik może pracować na własnej kategorii zakupowej, wykorzystując metody Category Management, narzędzia analityczne i AI przy kolejnych zadaniach.

WŁASNA KATEGORIA ZAKUPOWA

Uczestnik pracuje nad własną kategorią lub studium przypadku i wykorzystuje kolejne elementy programu w jej analizie oraz przygotowaniu strategii.

SMARTBUYER AI LAB

Po kolejnych blokach merytorycznych uczestnik wykorzystuje AI do zadania związanego z omawianym obszarem: researchu, analizy, porządkowania informacji lub przygotowania materiału.

DWÓCH TRENERÓW

Program prowadzą wspólnie trener kompetencji zakupowych i trener AI. Jeden odpowiada za metodykę Category Management, drugi za wykorzystanie AI przy analizie, researchu i przygotowaniu materiałów.

MATERIAŁ DO DALSZEJ PRACY

W trakcie warsztatu powstają analizy, warianty strategii, plan wdrożenia i materiały, które uczestnik może dalej rozwijać w swojej organizacji.

Moduł 1

Zakres i cele kategorii zakupowej

Zakres

- zasady Category Management,
- definiowanie kategorii zakupowej,
- określenie zakresu projektu,
- analiza potrzeb biznesu,
- identyfikacja interesariuszy,
- cele kategorii,
- kryteria sukcesu,
- ograniczenia i założenia projektu.

Narzędzia

Category Charter, Stakeholder Map, Project Canvas.

AI Lab

uporządkowanie informacji o kategorii, identyfikacja brakujących danych, przygotowanie mapy interesariuszy oraz pierwszej wersji Category Charter.

Moduł 2

Analiza wydatków, rynku i dostawców

Zakres

- Spend Analysis,
- analiza Pareto,
- segmentacja wydatków,
- analiza rynku,
- PESTLE,
- model pięciu sił Portera,
- benchmarking,
- analiza dostawców,
- struktura i dynamika rynku,
- trendy oraz czynniki wpływające na kategorię,
- ocena jakości i ograniczeń źródeł.

Narzędzia

Pareto, PESTLE, Five Forces, Supplier Market Map, benchmarking, Source Register.

AI Lab

przygotowanie researchu rynku, wyszukiwanie i porównywanie źródeł, identyfikacja trendów, analiza informacji o dostawcach oraz opracowanie materiału wspierającego ocenę kategorii.

Moduł 3

Ocena kategorii i przygotowanie wariantów strategii

Zakres

- analiza SWOT,
- macierz Kraljica,
- segmentacja kategorii,
- analiza ryzyka,
- identyfikacja dźwigni wartości,
- przygotowanie wariantów strategicznych,
- ocena konsekwencji poszczególnych wariantów,
- kryteria wyboru kierunku strategii,
- identyfikacja założeń wymagających dalszej weryfikacji.

Narzędzia

SWOT, macierz Kraljica, Value Lever Map, Scenario Analysis, Risk Matrix, Decision Matrix.

AI Lab

przygotowanie wariantów strategii, porównanie ich konsekwencji, identyfikacja ryzyk, testowanie założeń oraz uporządkowanie argumentów wspierających wybór kierunku strategicznego.

Moduł 4

Plan wdrożenia strategii

Zakres

- wybór modelu współpracy z dostawcami,
- Source Plan,
- inicjatywy strategiczne,
- priorytetyzacja działań,
- harmonogram wdrożenia,
- role i odpowiedzialności,
- zależności między działaniami,
- ryzyka wdrożeniowe,
- KPI i mierniki realizacji,
- monitorowanie postępu i efektów,
- aktualizacja strategii.

Narzędzia

Source Plan, Action Plan, Implementation Roadmap, RACI, KPI Dashboard, Risk Register.

AI Lab

przygotowanie pierwszej wersji planu wdrożenia, uporządkowanie inicjatyw, identyfikacja zależności i ryzyk oraz opracowanie harmonogramu dalszych prac.

Moduł 5

Business Case i komunikacja strategii

Zakres

- przygotowanie Business Case,
- Executive Summary,
- rekomendacja strategiczna,
- uzasadnienie wyboru wariantu,
- komunikacja z interesariuszami,
- prezentacja strategii,
- dostosowanie argumentacji do odbiorcy,
- zarządzanie zastrzeżeniami i rozbieżnymi interesami,
- pozyskiwanie akceptacji biznesu,
- przygotowanie decyzji i kolejnych kroków.

Narzędzia

Business Case, Executive Summary, Recommendation Paper, Stakeholder Communication Plan, Presentation Canvas.

AI Lab

przygotowanie materiałów dla biznesu i zarządu, opracowanie wariantów argumentacji, streszczenie rekomendacji oraz sprawdzenie spójności materiału z analizą kategorii.

Moduł 6

AI w Category Management

Zakres

- Deep Research,
- analiza raportów i dokumentów,
- analiza rynku i dostawców,
- porównywanie źródeł informacji,
- identyfikacja braków i sprzeczności,
- przygotowanie analiz strategicznych,
- przygotowanie scenariuszy,
- opracowanie prezentacji i rekomendacji,
- kontrola źródeł, założeń i wyników,
- ograniczenia modeli AI.

Narzędzia

ChatGPT, Microsoft Copilot, Gemini, Claude, Deep Research oraz rozwiązania zatwierdzone przez organizację uczestnika.

AI Lab

wykorzystanie AI podczas kolejnych etapów pracy nad własną kategorią — od przygotowania analizy rynku do opracowania wariantów strategii i rekomendacji dla interesariuszy.

Human–AI Workflow w pracy nad kategorią

Podczas programu uczestnik rozpoczyna budowę własnego Human–AI Workflow – sprawdzonego sposobu wykorzystania AI przy analizie kategorii, researchu, przygotowaniu wariantów strategii i materiałów do decyzji.

Każdy wzorzec obejmuje:

- cel biznesowy,
- dane i dokumenty wejściowe,
- sposób przygotowania kontekstu,
- instrukcję dla AI,
- oczekiwany rezultat,
- kryteria oceny jakości,
- sposób weryfikacji odpowiedzi,
- decyzje pozostające po stronie człowieka.

Przykład:

research rynku dostawców → źródła i kryteria → instrukcja dla AI → analiza → weryfikacja → materiał do decyzji

Renata Olszewska-Jedynak

Trener kompetencji zakupowych | ekspertka
Category Management | praktyk Procurement

PROFIL

Ekspertka i menedżerka Procurement z **blisko 25-letnim doświadczeniem w globalnych organizacjach**. Zarządzała strategicznymi kategoriami produkcyjnymi i nieprodukcyjnymi w regionie EMEA.

- posiada wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu kategoriami zakupowymi – na poziomie regionalnym i globalnym,
- prowadziła projekty LCC sourcing, kwalifikacji i wdrażania nowych dostawców oraz racjonalizacji bazy dostawców,
- realizowała strategie sourcingowe, projekty rozwoju dostawców, SRM, zarządzania ryzykiem, NPD oraz inicjatywy oszczędnościowe,
- uczestniczyła w szkoleniach i programach rozwojowych w Wielkiej Brytanii.

PODEJŚCIE DO SZKOLENIA

Łączy doświadczenie w zarządzaniu kategoriami i projektach sourcingowych z pracą warsztatową nad rzeczywistymi wyzwaniami Procurement. Uczestnicy pracują na własnych kategoriach, analizach i decyzjach, wykorzystując metody Category Management w konkretnych zadaniach.



50+

przeprowadzonych szkoleń w formule otwartej i zamkniętej

600+

przeszkolonych przedstawicieli działów zakupów

COACH / MENTOR

Rola coacha i mentora w programie certyfikacji Category Management. Posiada kwalifikacje CIPS.

DOŚWIADCZENIE W RÓŻNYCH SEKTORACH

- motoryzacja • FMCG • farmacja • telecom • finanse
- medtech • przemysł obronny • IT i technologie
- budownictwo i infrastruktura • wydobywcza
- kolejowa • energetyka • stoczniowa

CATEGORY MANAGEMENT + SOURCING + SRM

Doświadczenie obejmuje strategie kategorii, sourcing, rozwój dostawców, SRM, zarządzanie ryzykiem oraz projekty oszczędnościowe.

Maciej Michalewski

Trener AI | przedsiębiorca | współtwórca programów SmartBuyer

PROFIL

Trener, wykładowca akademicki i przedsiębiorca specjalizujący się w praktycznym wykorzystaniu AI w biznesie.

- doświadczenie w prowadzeniu biznesu, szkoleniu zespołów i wdrażaniu nowych technologii,
- rozwija zastosowania AI szczególnie w obszarze Procurement i codziennej pracy biznesowej,
- łączy wiedzę technologiczną z naciskiem na jakość wyniku, kontrolę źródeł i założeń oraz odpowiedzialność człowieka za decyzję,
- współtworzy programy SmartBuyer i pracuje z uczestnikami na rzeczywistych zadaniach zakupowych.

PODEJŚCIE DO SZKOLENIA

W programie Category Management odpowiada za praktyczne wykorzystanie AI przy analizie danych i dokumentów, researchu rynku, przygotowaniu wariantów strategii oraz materiałów do decyzji. W pracy z uczestnikami zwraca uwagę na jakość danych, źródeł, założeń i wyników.



100+

przeszkolonych przedstawicieli działów zakupów — od kupców i specjalistów, przez managerów i liderów, po dyrektorów zakupów, zarówno w obszarze zakupów produkcyjnych, jak i nieprodukcyjnych

DOŚWIADCZENIE W RÓŻNYCH SEKTORACH

• motoryzacja • przemysł obronny • farmacja • FMCG • finanse • energetyka • budownictwo i infrastruktura • medtech • wydobywcza

AI + BIZNES + PROCUREMENT

Łączy doświadczenie przedsiębiorcy, znajomość nowych technologii oraz praktyczne wykorzystanie AI w procesach i zadaniach Procurement.

Autor materiałów i programów rozwojowych poświęconych praktycznemu wykorzystaniu nowych technologii w organizacjach.

Informacje organizacyjne

TERMIN SZKOLENIA

03–04.12.2026 r.

MIEJSCE SZKOLENIA

ADN Centrum Konferencyjne Sp. z o.o. Sp.k.
Browary Warszawskie, Budynek GH, wejście B
ul. Grzybowska 56 | Warszawa

KOSZT UDZIAŁU

4 900 zł netto / osoba

W CENIE SZKOLENIA

materiały szkoleniowe, certyfikat ukończenia szkolenia, lunch
i całodzienne przerwy kawowe

SZKOLENIE PROWADZONE PRZEZ DWÓCH TRENERÓW

trener kompetencji zakupowych + trener AI

Przygotowanie uczestnika

Uczestnik powinien mieć laptop oraz aktywne konto w co najmniej jednym z narzędzi AI, np. ChatGPT, Microsoft Copilot, Gemini lub Claude.

Warto również przygotować własną kategorię, przypadek lub materiały, nad którymi uczestnik chciałby pracować podczas szkolenia.

PRACUJEMY W GODZINACH

09:00–17:00

KOORDYNATOR

Michał Piątkowski
505 045 645

ORGANIZATOR

Big Fish S.C.
www.e-bigfish.com.pl/

PARKING

dodatkowo płatny

big fish
People in Procurement

Bezpieczna i odpowiedzialna praca z AI

Uczestnicy wykorzystują wyłącznie materiały dopuszczone przez organizację. Dane poufne są anonimizowane, ograniczane do niezbędnych fragmentów albo zastępowane materiałami szkoleniowymi. Wyniki wymagają kontroli źródeł, obliczeń, założeń i kompletności. Odpowiedzialność za wykorzystanie wyniku i decyzję pozostaje po stronie człowieka.

SmartBuyer Academy

Praktyczne programy rozwojowe dla profesjonalistów Procurement



SmartBuyer AI in Practice

2 dni – Bezpieczna i powtarzalna praca z AI w Procurement

SmartBuyer Category Management

2 dni – Przygotowanie strategii kategorii zakupowej

SmartBuyer Procurement Analytics

2 dni – Przekształcanie danych we wnioski i rekomendacje

SmartBuyer Negotiation

2 dni – Przygotowanie, prowadzenie i podsumowanie negocjacji

SmartBuyer Supplier Relationship Management

2 dni – Dobór modelu współpracy i zarządzanie wynikami dostawców

SmartBuyer Procurement Project Management

2 dni – Prowadzenie projektu zakupowego od potrzeby do wdrożenia

SmartBuyer Procurement Value Creation

1 dzień – Identyfikacja i priorytetyzacja inicjatyw dających pierwsze efekty

SmartBuyer Strategic Sourcing

2 dni – Projektowanie i prowadzenie procesu wyboru dostawców

SmartBuyer Contract & Commercial Management

2 dni – Zabezpieczenie i realizacja warunków handlowych

SmartBuyer Procurement Business Partner

2 dni – Współpraca z biznesem i prowadzenie organizacji do decyzji

SmartBuyer AI Agents

2 dni – Projektowanie agentów wspierających procesy

Big Fish. People in Procurement.

Wspieramy organizacje w budowaniu silniejszej funkcji Procurement poprzez rekrutację, rozwój kompetencji i ocenę dojrzałości.

Od ponad 20 lat specjalizujemy się we wsparciu funkcji zakupowej, łącząc znajomość rynku talentów z praktycznym doświadczeniem w rozwoju funkcji zakupowych.



Executive Search →

Rekrutacja ekspertów i liderów Procurement

Pozyskujemy specjalistów i liderów zakupów — od kupców i Category Managerów po Dyrektorów Zakupów i CPO.

Procurement Assessment →

Ocena funkcji zakupowej i kompetencji zespołu

Oceniamy kompetencje zespołu, sposób działania funkcji Procurement, model decyzyjny oraz obszary wymagające dalszego rozwoju.

Capability Development →

Rzeczony kompetencji i funkcji Procurement

Projektujemy programy rozwojowe dopasowane do rzeczywistych wyzwań biznesowych, kategorii zakupowych i projektów organizacji.

Procurement News →

Wiedza, dane i analizy rynku Procurement

Publikujemy analizy dotyczące rynku talentów, wynagrodzeń, kompetencji, AI oraz rozwoju funkcji Procurement.

KONTAKT

Michał Piątkowski | 505 045 645
michalpiatkowski@e-bigfish.com.pl | www.e-bigfish.com.pl/