

## Samenwerken of knevelen

Ooit op 'verkoopproces' ge-Googleed? Bijna 100.000 hits! Bedrijven zetten blijkbaar zwaar in op acquisitie en verkoop. Begrijpelijk! Vooral 'omzetgroei' wordt aangemerkt als 'succesvol ondernemersschap'. Zoniet, dan ben je in je branche al snel een 'loser'!

Maar ... ook degelijk inkoopmanagement levert u beslist rendement. Wat blijkt namelijk uit de praktijk? 80% van de kosten van inkoopmanagement is gericht op 20% van de inkopen. Van leveranciers is de kostenstructuur onvoldoende in beeld. Van *fact-based-purchasing* is geen sprake: ontoereikende bewaking van leverbetrouwbaarheid, flexibiliteit, kwaliteit en servicegraad. Dan zijn prioriteiten dus duidelijk verkeerd gesteld! Kortom: focust u eens op efficiënte inkoop van materiaal, middelen, methoden en menskracht.

Een eerste stap is snel gezet. Zet prijzen van uw inkoopproducten en het aantal leveranciers eens uit in een grafiek. Snel blijkt met wie u zorgvuldig moet omgaan, samenwerken of wie u kunt knevelen in een nietsontziende prijzenslag. Kortom, leveranciers in verschillende segmenten geeft u voortaan een fundamenteel andere behandeling.

Verhelderend is ook het vaststellen van úw klantvisie: in hoeverre is het ingekochte product van invloed op uw financiële resultaat? Is er sprake van een toeleveringsrisico, bijvoorbeeld doordat er weinig alternatieve leveranciers zijn? Zo onderscheidt u strategische producten van routineproducten en hefboomproducten van knelpuntproducten. En dan de rollen eens omgedraaid: hoe ziet uw leverancier ú als afnemer? Vormt u voor hen een groot financieel belang? Hoe zijn hún keuzemogelijkheden in de afnemersmarkt?

Zo wordt effectief inkoopmanagement een profijtelijk kat-en-muisspel. Zo worden de machtsverhoudingen duidelijk: soms bent u de muis maar hopelijk ook vaker de kat. Want ook ú wilt toch efficiënt samenwerken en knevelen?

Peter Schuitmaker  
BBO&F