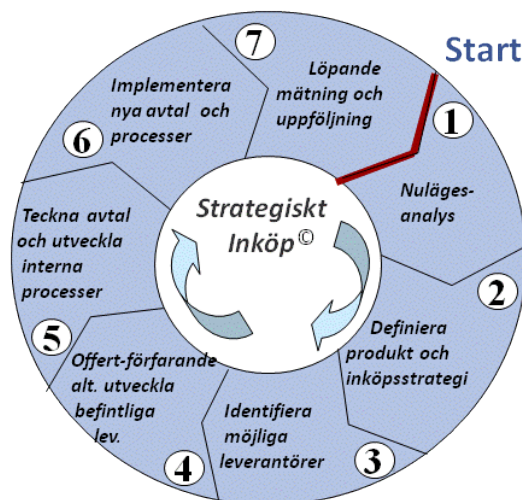


Strategiskt Inköp™

- en strukturerad metod i sju steg som tillämpas systematiskt på utvalda inköpsgrupper för att sänka kostnader. Kostnadsreduktionen i våra referensfall ligger på nivån 30-50 %.

Med Strategiskt Inköp, som bäst drivs tvärfunktionellt i projektform, tas ett koordinerat helhetsgrepp på en inköpsgrupp för att realisera den samlade besparingspotential som finns. Här ingår såväl minskade direkta inköpskostnader som lägre processkostnader.

Metoden tar utgångspunkt i hur inköpsgruppen hanteras i dagsläget, inköpsvärde, antal leverantörer, leverantörsmarknaden etc. Därefter arbetar man vidare steg för steg till dess implementering är klar och mätning/uppföljning kommit igång.



Till hjälp under resans gång finns ett antal stödverktyg och checklistor som förenklar och styr genomförandet. För att skapa ledningens engagemang och förväntan samt för att påvisa resultat finns ett antal mät- och beslutspunkter. Metoden beaktar möjliga kostnadsbesparingar i tre dimensioner: Produkt, Process och Pris – ”de tre P:na”.

Inköpsdesign har framgångsrikt drivit Strategiskt inköp inom ett flertal olika inköpsgrupper t ex. Konsulter, Resor, Transporter, Förbrukningsmateriel, Konferenstjänster och Kontorsmateriel. I dessa fall har kostnaderna för kundföretagen reducerats kraftfullt - i storleksordningen 30 – 50 %. Helt i linje med vår filosofi levererar vi utöver kostnadsreduktion, kunskap om metoden Strategiskt inköp med tillhörande ”stödverktyg”. Metoden kan sedan användas av kunden själv för fortsatt arbete med andra inköpsgrupper.

Så här blev resultatet hos en kund för inköpsgruppen RESOR:

Kunden - ett medelstort företag med huvudkontor i Stockholm och regionkontor över hela landet samt ett antal utländska dotterbolag.

En stor kostnadspost var resor som ökade år från år. En första analys visade att reseprocessen var otydlig och bara omfattade vissa delar av hela reseprocessen. Brist på styrning, inköpsamordning och ändamålsenliga beställningsverktyg bidrog också till en accelererande kostnadsutveckling.

Med metoden Strategiskt inköp tog vi ett helhetsgrepp på problemställningen.

Resultatet talar för sig själv:

- Sänkt volym 20 %
- Sänkta biljettpreiser 35 %
- Sänkta processkostnader med 50 %