

Strategisk Sourcing

Af Thomas Løber



Strategisk Sourcing

Skrevet af Thomas Løber, projektleder hos Trustworks

I denne digitale tidsalder mærker private såvel som offentlige virksomheder et øget pres på at digitalisere IT-systemer, services og produkter. Disse skabes ofte i samarbejde med andre virksomheder, og derfor handler det i høj grad om at finde de bedste partnere i markedet.

Det er netop i denne søgen efter de bedste partnere, at Strategisk Sourcing kommer til sin ret. Strategisk Sourcing handler om at vurdere og udvikle sin forsyningskæde til de lavest samlede omkostninger modsat konventionelt indkøb, hvor laveste indkøbspris ofte bliver den udslagsgivende faktor.

Kompleksiteten i Strategisk Sourcing kan være svær at navigere i. Derfor har vi samlet tre gode anbefalinger og tips, som en virksomhed bør overveje, hvis den begiver sig ud i at source strategisk.

De 3 gode anbefalinger:

- Fokuser på værdi fremfor pris
- Vær transparent og oprethold konkurrencen
- Tænk i partnerskab fremfor kunde-leverandør relation

Anbefaling 1: Fokuser på værdi fremfor pris

Virksomheder er ofte gode til at beskrive, *hvad* det er, der er brug for, men de glemmer at definere *hvorfor*, som er den værdi, det vil bringe virksomheden. Ved at definere både hvad (funktionalitet) og hvorfor (værdi), sikrer man, at leverandørerne har de bedste forudsætninger for at komme med den optimale løsning.

- *Tip: Få defineret 'Hvad' og 'Hvorfor'*

Når virksomheder normalt arbejder med indkøb, bliver det alt for ofte indkøbsprisen, som bliver den udslagsgivende faktor, da mange vælger udelukkende ud fra det umiddelbare mest simple kriterie – 'den billigste pris'. I stedet for kun at fokusere på pris, gælder det i

Strategisk Sourcing om at vurdere den samlede værdi (Total Cost of Ownership, TCO). Fokuserer man som virksomhed kun på pris, risikerer man at have skyklapper på og gå glip af det produkt, som vil kunne skabe den højeste værdi.

- *Tip: Vurder den samlede værdi*

Anbefaling 2: Vær transparent og oprethold konkurrencen

I løbet af indkøbsprocessen er der ofte en tendens hos virksomheder til at få sendt udbudsmaterialet afsted så hurtigt som muligt og til så mange leverandører som muligt for at sikre sig, at man får undersøgt hele markedet. Således kan leverandørerne komme i gang med deres arbejde, mens man som kunde forholder sig passiv og afventer deres endelige tilbud.

Vores erfaring er dog, at det er bedre at udvælge en mindre skare af potentielle leverandører, da dette sikrer en højere forpligtelse hos de udvalgte leverandører. Det vil også være ekstra motiverende for leverandørerne at se, at de indgår i en seriøs konkurrence, hvor de både har en reel mulighed for at vinde og tabe udbuddet.

- *Tip: Udvælg en mindre skare af potentielle leverandører*

Det er vigtigt, at kunden er aktiv i udvælgelsesprocessen og får sat tid af til at afklare eventuelle spørgsmål fra leverandørerne. I denne proces er det også vigtigt at være transparent i sin kommunikation og på den måde sikre, at alle leverandører har adgang til de samme informationer og dermed har samme udgangspunkt. Dette bidrager også til at opretholde konkurrencen iblandt dem.

- *Tip: Deltag aktivt og vær transparent i udvælgelsesprocessen*

Anbefaling 3: Tænk i partnerskab fremfor kunde-leverandør relation

I et partnerskab er det den totale værdi i samarbejdet, som er i fokus, modsat en traditionelt kunde-leverandør relation, hvor fokus ofte kun er på pris og leverancer. Er man for eksempel i gang med at source hele sin IT-organisation til en ekstern partner, er det vigtigt, at relationen ikke kun kommer til at handle om at koe leverandøren til den billigste pris, da det ikke vil bidrage til et gunstigt samarbejde, men snare vil resultere i mindre fleksibilitet fra leverandøren og ultimativt en lavere kvalitet af service.

- *Tip: Hold fokus på den samlede værdi*

Digitaliseringsindkøb er ofte kritiske indkøb, og kunden bør derfor fra start af positionere sig som en attraktiv partner for potentielle leverandører. Det gøres blandt andet ved at være transparent om sine ønsker og behov, at man agerer på en ordentlig måde, og at man konstant forsøger at skabe win-win situationer, der motiverer og belønner begge parter gennem hele forløbet.

Et partnerskab går begge veje og begge aktører skal kunne se værdi i det. Et strategisk partnerskab skal være et aktivt tilvalg for begge partnere, som giver plads til, at de kan vokse og udvikle sig sammen.

- *Tip: Vær en attraktiv kunde fra start af og skab win-win situationer*

Har du lyst til at vide mere?

Strategisk Sourcing er en kompleks praksis, og ovenstående er blot nogle af de ting, man som virksomhed skal være opmærksom på. Kompetencerne, der kræves, spænder bredt og berører både Udbud, Rådgivning, Arkitektur, Forretningsanalyse og Projektledelse. Hos Trustworks kan vi hjælpe jer i alle aspekter af sourcing processen og har god erfaring med alt lige fra rådgivning til implementering. Så tag endelig fat i os, hvis din virksomhed står overfor et IT-indkøb.