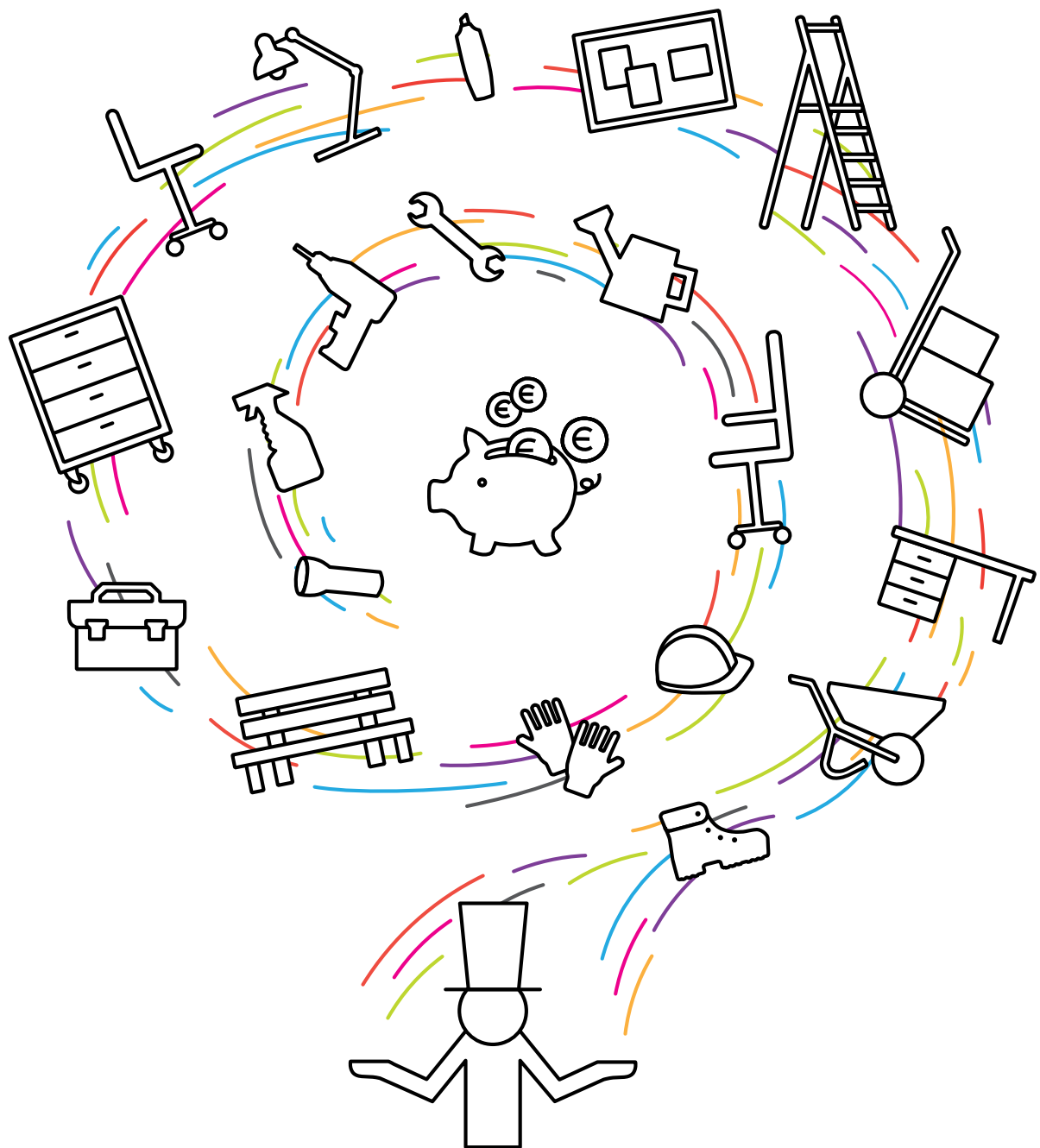




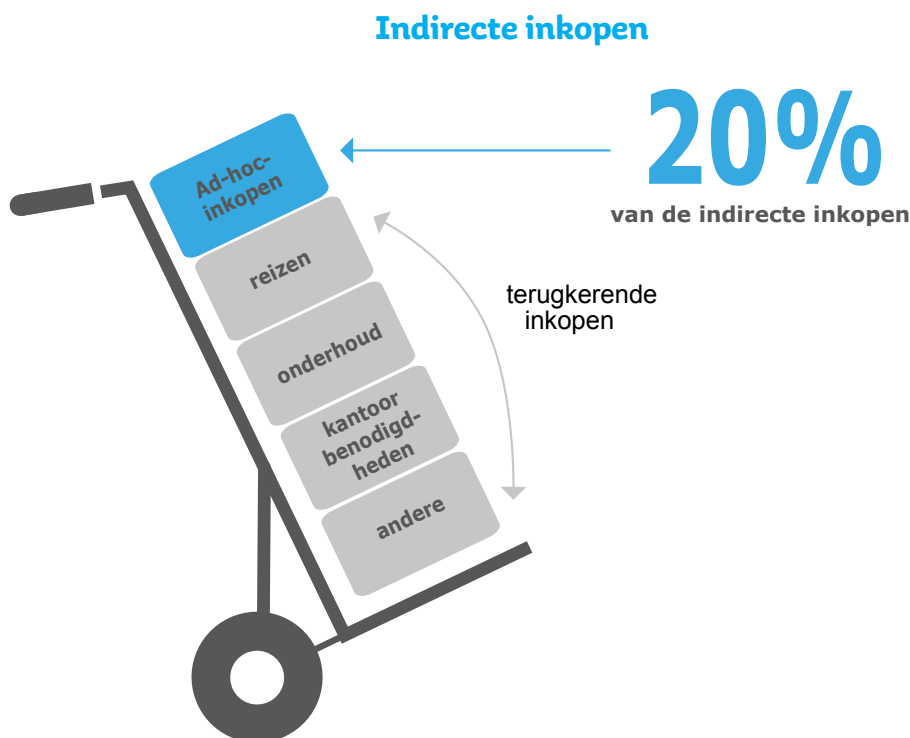
Het managen van ad-hocinkopen: een strategie om veel geld te besparen



Ad-hocinkopen managen:
Een belangrijke factor voor
uw concurrentiekracht

Na de optimalisatie van hun strategische inkopen hebben bedrijven zich de afgelopen tien jaar gefocust op hun niet-strategische inkopen, ook wel 'indirecte inkopen' genoemd. Hierbij gaat het om alle producten en diensten die een bedrijf nodig heeft om te kunnen functioneren, maar die niet direct met de kernactiviteiten te maken hebben.

Binnen deze grote categorie werd één groep echter nog nooit geoptimaliseerd: de ad-hocinkopen, **die zo'n 20% van de indirecte inkopen uitmaken**. Omdat voor deze inkopen het beheer niet georganiseerd is, noemt men ze ook vaak 'ongestructureerde inkopen'. Deze ongestructureerde inkopen vragen extra aandacht. Ze bieden namelijk ongekende besparingsmogelijkheden, mits ze op de juiste manier georganiseerd worden.

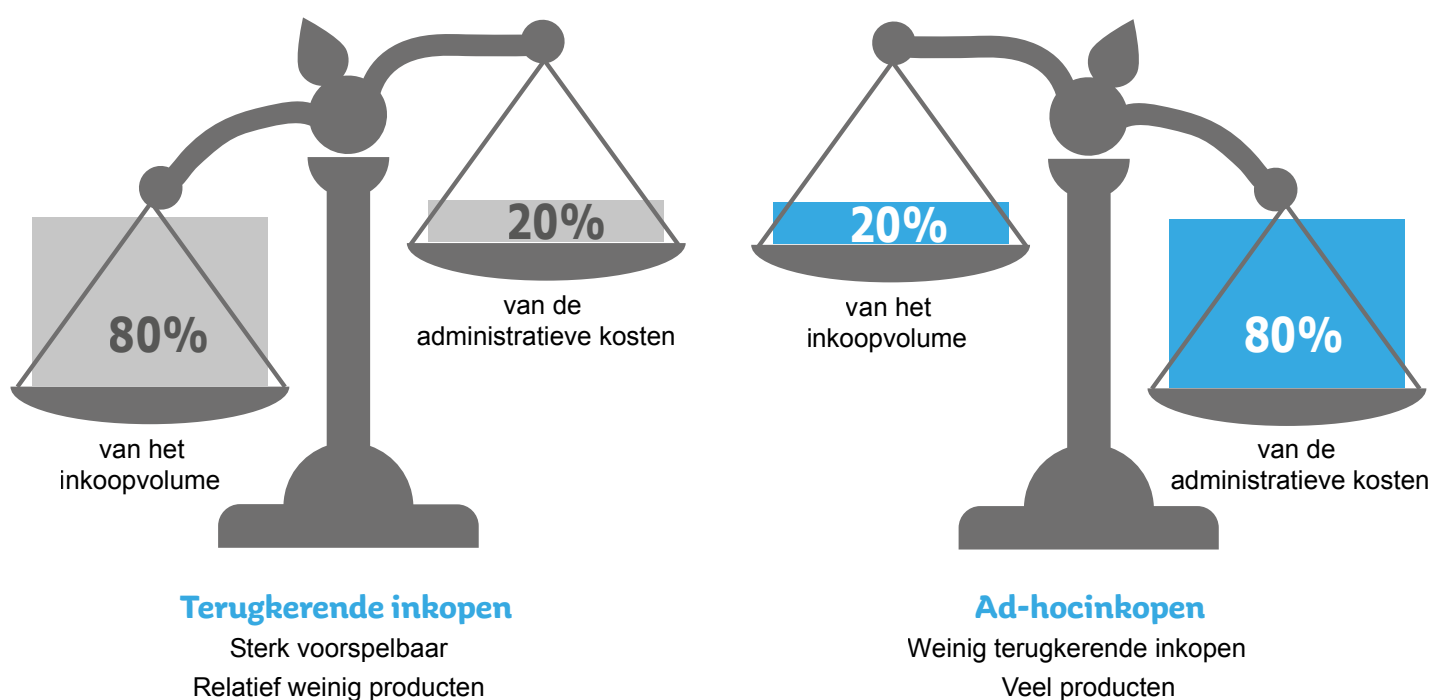


Indirecte inkopen: een verborgen goudmijn

Bedrijven met een inkoopafdeling organiseren vaak hun terugkerende indirecte inkopen. Voorbeelden zijn reiskosten, schoonmaak- en cateringdiensten, gereedschap, persoonlijke beschermingsmiddelen, IT-hardware en kantoorbenodigdheden. Om de kosten te drukken, bestellen bedrijven deze artikelen slechts bij enkele leveranciers, schrijven ze offerteaanvragen uit en implementeren ze interne beheerprocedures. **Deze inkopen worden dus goed beheerd.** Toch blijft nog een ware goudmijn aan besparingsmogelijkheden onaangeroerd: de ad-hocinkopen of ongestructureerde inkopen. Deze categorie omvat alle producten die een bedrijf slechts **af en toe** nodig heeft om de dagelijkse activiteiten vlot te laten verlopen. Het gaat dan bijvoorbeeld om strooizout (bij vorst en sneeuw), extra materiaal voor tijdelijke werkrachten of extra opslagruimte voor het magazijn. Deze ad-hocinkopen

betreffen alle afdelingen van een bedrijf (o.a. kantoor, magazijn, facility en productie) en omvatten zowel benodigdheden als investeringen. Deze inkopen worden meestal als **dringend ervaren**. Ze ontsnappen dan ook vaak aan controles. Daarom noemt men ze ook wel **ongestructureerde inkopen**.

De verdeling van indirecte inkopen



Aanzienlijke besparingsmogelijkheden

Vaak denkt men dat dit soort inkopen vrij zeldzaam is in vergelijking met terugkerende producten die in grote hoeveelheden worden besteld, zoals kantoorbenodigdheden. Maar hoewel ze slechts 20% van het totale volume uitmaken, **zijn ze goed voor maar liefst 80% van de kosten voor het beheer van de indirecte inkopen**.

Voor de grote hoeveelheid producten die slechts af en toe besteld worden, moet een bedrijf tientallen leveranciers beheren, honderden facturen verwerken en duizenden leveringen in goede banen leiden. Het beheer van één leverancier kost naar schatting zo'n €2000 en dat voor een factuurbedrag dat tussen €75 en €150 ligt. Een voorbeeld: een bedrijf met een omzet van €200 miljoen en vier vestigingen kan wel duizend leveranciers hebben, **terwijl er per leverancier minder dan tien transacties uitgevoerd worden!**

Heel wat inkopers zijn zich bewust van wat er op het spel staat en willen tijdig ingrijpen. Ze ondervinden echter intern veel tegenstand, omdat het verminderen van de kosten van deze ongestructureerde

reerde inkopen een complex en langdradig proces is. Hiervoor moet namelijk een validatie- en controleprocedure worden gecreëerd die enerzijds het beheer structureert en anderzijds bij onvoorziene omstandigheden snel en efficiënt kan worden doorlopen. Volgens onze ervaring beschikt **minder dan 10% van de bedrijven in de Benelux** over een optimalisatieprocedure voor deze ongestructureerde inkopen. In de meeste gevallen is er dan ook geen specifieke afdeling die zich daar mee bezighoudt. Voor elk benodigd product moet een nieuwe leverancier worden aangemaakt en een ander inkoopproces worden opgesteld (dit kan zelfs gelden voor een product uit een supermarkt, dat via een onkostennota vergoed wordt). Deze inkopen ontsnappen zo volledig aan de controle van het inkoopmanagement, vooral bij bedrijven met meerdere vestigingen. **Zo gaat er heel wat tijd en geld, en dus ook concurrentiekracht verloren.**

Mogelijke oplossingen

Het goede nieuws is dat er op dit moment heel wat oplossingen voor dit probleem bestaan. Bij Manutan stelden we vast dat klanten die deze oplossingen invoerden gemiddeld 30% tot zelfs 50% bespaarden op hun ongestructureerde inkopen. Als alle **bedrijven in de Benelux** met meer dan 250 werknemers diezelfde aanpak zouden hanteren, **zouden ze miljoenen euro's kunnen besparen**. Elke euro die bespaard wordt, heeft namelijk een rechtstreekse impact op het netresultaat van het bedrijf.

Het is mogelijk om 30% tot 50% te besparen op de kosten van ad-hocinkopen



Tijdwinst



Lagere kosten

De winnende combinatie: digitalisering en een relatiestrategie

Deze oplossingen zijn vooral gebaseerd op de kracht en flexibiliteit van digitale technologie in combinatie met een efficiënte relatiestrategie.

De kracht en flexibiliteit van digitalisering...

Digitalisering maakt het mogelijk om catalogi met een praktisch onbeperkt aantal producten samen te stellen. Dit is een eerste vereiste om indirecte inkopen te beheren en zo **verschillende leveranciers te vervangen door één hoofdleverancier**, bij wie een bedrijf alle bestellingen kan plaatsen en dus een interessante korting kan bedingen. Om te voorkomen dat voor elk benodigd product een andere leverancier wordt benaderd, is het van cruciaal belang **dat gebruikers alle gewenste producten op één plek kunnen vinden**.

De beperkingen van een fysieke winkel of een papieren catalogus gelden niet in een digitale omgeving. Via een online platform kan men direct toegang krijgen tot miljoenen producten. Tegelijkertijd kan men zich online verzekeren van snelle levering, wat essentieel is voor producten die dringend nodig zijn. Dankzij het internet hebben distributeurs in de afgelopen jaren online platforms kunnen implementeren, **waarmee zij de contacten met hun leveranciers hebben geautomatiseerd**.

Met behulp van deze systemen kunnen de voorraden niet alleen sneller worden aangevuld, maar kunnen leveranciers ook de directe levering van complexe of minder gangbare producten garanderen. Bovendien vereenvoudigen deze oplossingen **het interne beheer van het bestelproces**. Van het plaatsen van de order tot de facturering ervan: **elke fase in het proces kan nu volledig digitaal worden uitgevoerd**.

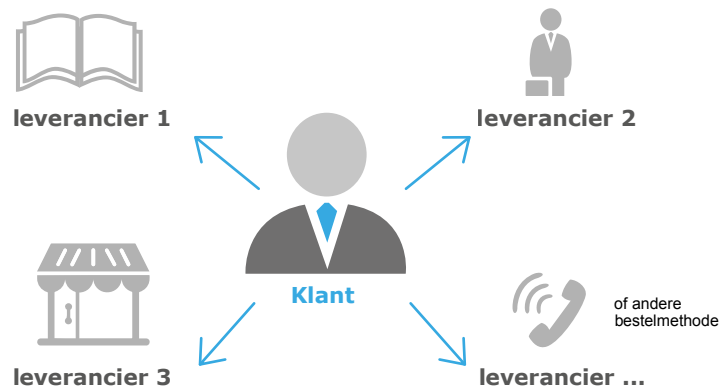
Doordat autorisaties eenvoudig en flexibel te beheren zijn, kunnen gebruikers rechtstreeks hun bestellingen plaatsen, terwijl ze binnen het kader van het bedrijfsinkoopbeleid blijven. **Gebruikers kunnen zo snel reageren op onvoorziene omstandigheden, terwijl de inkopers de volledige controle hebben over alle inkopen**. De inkopers beschikken hierbij over een compleet rapportagesysteem dat hun **een duidelijk en volledig beeld van het verbruik geeft**. Zo kunnen ze bekijken wat er echt besteld wordt en **het proces optimaliseren**, wat weer extra voordelen oplevert.

Het is efficiënt als inkopers kunnen beschikken over een verbruiks-overzicht van alle vestigingen. Ze zullen dan zien dat sommige terugkerende producten ongestructureerd worden ingekocht. Vervolgens kunnen ze bepaalde bestellingen 'normaliseren' en hiervoor **betere prijzen bedingen**. Ook kunnen ze de bevoorradingsprocessen herzien.

Vending machines, zoals drankautomaten, zijn de laatste jaren in opmars. Vending machines zorgen ervoor dat de meest gebruikte producten altijd direct beschikbaar zijn op de werkvloer. Gebruikers hoeven enkel hun persoonlijke keycard te registreren en het product

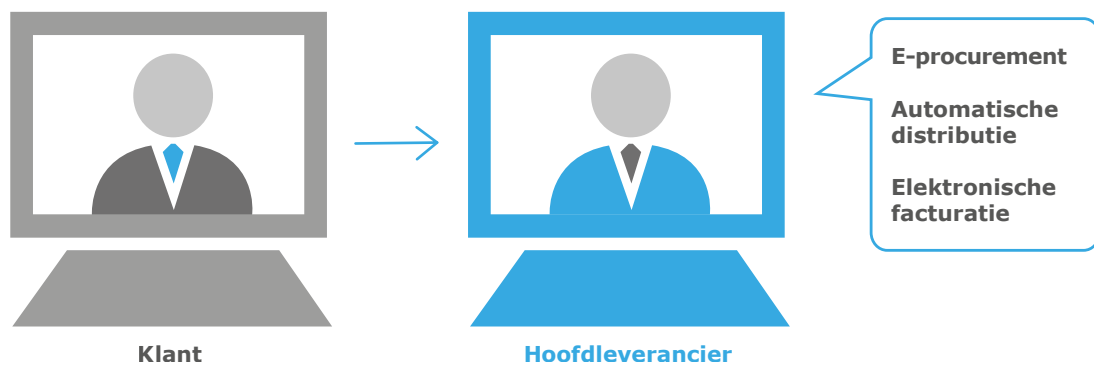
Meerdere leveranciers

Meerdere bestelprocessen = hoge administratiekosten



1 Hoofdleverancier

1 leverancier + digitaal proces = financiële en administratieve voordelen



te selecteren. Dit resulteert direct in **een daling van het verbruik met 30%** dankzij de betere controle. Daarbij komt nog eens een grote **tijdwinst**, doordat **de gebruikers de werkvloer niet hoeven te verlaten** om een product uit het magazijn te halen.

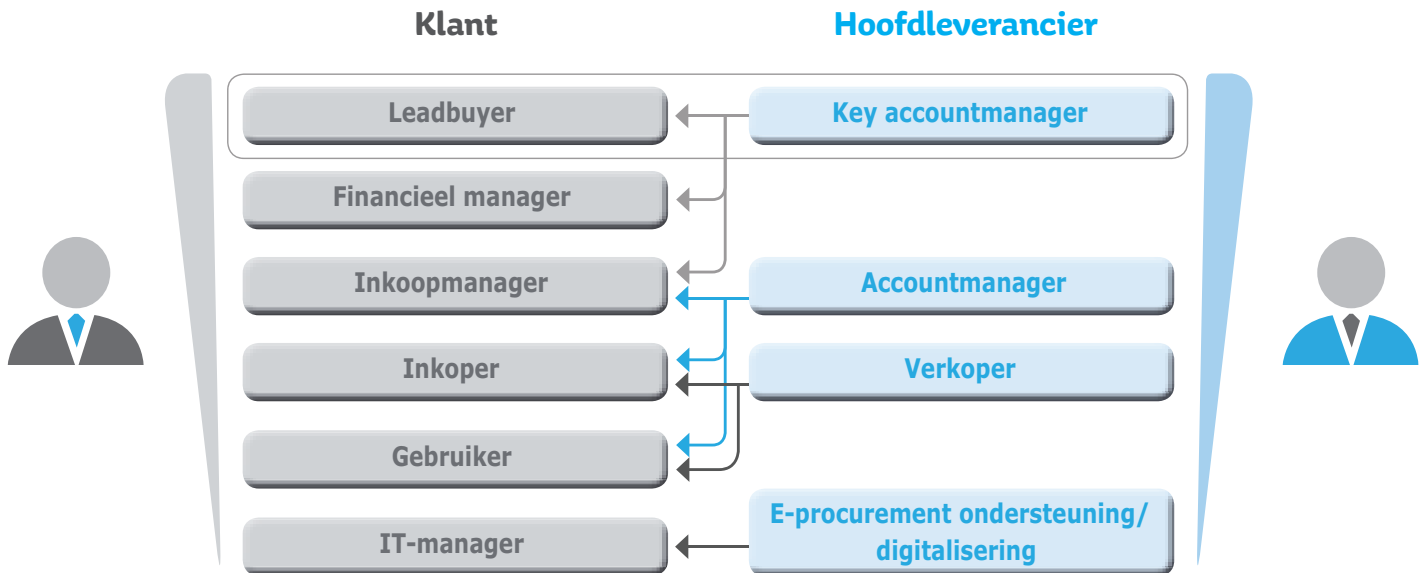
Een ander voordeel is dat er **minder bedrijfskapitaal nodig is doordat er minder voorraad hoeft te worden gehouden**. De machine is immers verbonden met het geautomatiseerde systeem van de leverancier, dat ervoor zorgt dat producten naar behoefte - dagelijks of wekelijks - worden aangevuld.

... gecombineerd met een effectieve relatiestrategie

Ondanks de capaciteit en het gebruiksgemak van digitale oplossingen is er meer nodig om ongestructureerde inkopen doeltreffend te kunnen beheren. **De invoering van digitale oplossingen moet ook intern worden begeleid**. Zoals elke 'centralisatie' zal ook deze verandering weerstand oproepen. **Te bruusk invoeren van de oplossingen kan ertoe leiden dat de gebruikers ze afwijzen** en excuses zoeken om het systeem niet te gebruiken (ze voeren bijvoorbeeld aan dat een product goedkoper is bij een lokale leverancier of wijzen op een bevoorrechte relatie met een lokale leverancier).

Daarom heeft het inkoopmanagement niet alleen de steun van de directie nodig, maar vooral ook van een **distributiepartner die alle**

vestigingen van het bedrijf (productie, hoofdkantoor, logistiek centrum) kan bezoeken en alle betrokkenen (inkopers, voorraadbeheerders, gebruikers) kan informeren over de overeenkomsten en de voordelen. Een partner die een relatie opbouwt met de lokale gebruikers en hun servicegaranties biedt. De gebruikers beseffen vervolgens dat ze een **goede relatie onderhouden**, waardoor ze met **eenvoudigere processen** werken en **veel tijd besparen**.



Voorbeeld van een relatiestrategie

Tot slot, drie keer winst: Financieel, ecologisch en sociaal

Al meer dan tien jaar helpt Manutan bedrijven om hun kosten met betrekking tot ongestructureerde inkopen te drukken. Digitale oplossingen, die kort geleden nog bijzonder complex waren, zijn tegenwoordig flexibel en betaalbaar. **Elk type bedrijf kan deze oplossingen dus inzetten.** In combinatie met een uitstekende relatiestrategie levert dit aanzienlijke economische voordelen op, zoals **een besparing van inkoopkosten met gemiddeld 30% tot 50%.**

Daarnaast vallen de ecologische voordelen op, want **dankzij digitalisering wordt er beduidend minder papier verspild en wordt het distributieproces geoptimaliseerd.** Tot slot biedt dit systeem ook sociale voordelen, want **bedrijven kunnen de verworven geld- en tijdswinst herinvesteren in activiteiten die meer toegevoegde waarde bieden voor inkopers en/of in de aankoop van producten van een hogere kwaliteit voor eindgebruikers.**

Ramon Kok
Managing Director

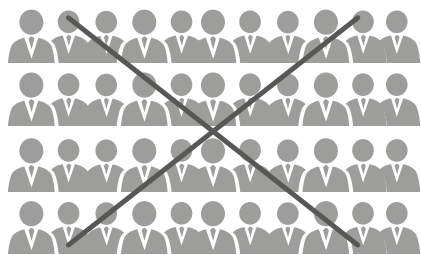
Erik Koenraads
Finance Director

Klantcase

- Industrieel bedrijf met 15.000 werknemers
- 50 leveranciers voor ongestructureerde inkopen
- 3870 bestellingen – Inkoopwaarde van € 366.430

1. Terugbrengen van het aantal leveranciers

Reductie van 50 naar 6 leveranciers



=

**besparing
€150.976**

2. Digitalisering van de bestellingen

90% van de bestellingen gedigitaliseerd



=

**besparing
€26.260**

3. Digitalisering van de facturen

90% van de facturen gedigitaliseerd



=

**besparing
€18.375**

4. Balans

Oorspronkelijke
inkoopwaarde
voor de klant:

€ 366.430



Uiteindelijke
inkoopwaarde
na rationalisering en
integratie Purchase to Pay:

€ 170.819

gerealiseerde
besparing:

€195.611



Neem contact met ons op

Wilt u ook ontdekken hoeveel u kunt besparen op uw onge-structureerde inkopen? Neem dan contact op met:



Peter Paul van Hoegee
Purchase to Pay specialist
+31 (0)30 229 6149
PeterPaul.vanHoegee@manutan.nl

Over de Manutan Group

Manutan, een familiebedrijf dat werd opgericht in 1966, is Europa's toonaangevende B2B e-commercebedrijf en is gespecialiseerd in de multichannel-distributie van producten en apparatuur voor bedrijven en overheden. Manutan onderscheidt zich als een van de grootste aanbieders in Europa met een uitgebreid assortiment van geselecteerde producten en diensten. Hierdoor kan het bedrijf aan alle behoeften van zijn klanten voldoen en hen helpen hun indirecte inkoopkosten te verminderen.

Bij de Manutan Group werken meer dan 2.200 mensen, verdeeld over 25 dochterondernemingen in 17 Europese landen. In 2017/2018 behaalde de Manutan Group een omzet van 741 miljoen euro. Manutan Frankrijk en België werden uitgeroepen tot Beste Werkplekken in 2018.



Manutan, een belangrijke speler in de multichannel b2b-distributie in Europa, creëerde de Savin'side-methode om ondernemingen te helpen hun indirecte aankopen te optimaliseren.

Na een testperiode bij meer dan honderd Europese klanten evolueerde Savin'side naar een **app** die werd ontwikkeld door het Digital Lab van de Manutan Group.

Savin'side helpt om de interne beheerskosten te verminderen, de kosten te rationaliseren door alternatieve producten op maat voor te stellen, de transacties nog beter te digitaliseren, de leveringen te organiseren volgens de activiteit van de medewerkers, het stockbeheer efficiënter te beheren en nog veel meer.

Door de total cost of ownership van de ad-hocaankopen te drukken **dankzij Savin'side, kunnen bedrijven aanzienlijke bedragen besparen die ze kunnen investeren in ontwikkelingsprojecten.**

Manutan B.V.

Elandlaan 2 - 3734 CP - Den Dolder
Tel.: +31 (0)30 229 62 11 - Fax: +31 (0)30 229 62 32
www.manutan.nl - info@manutan.nl



All you need. **With love.**