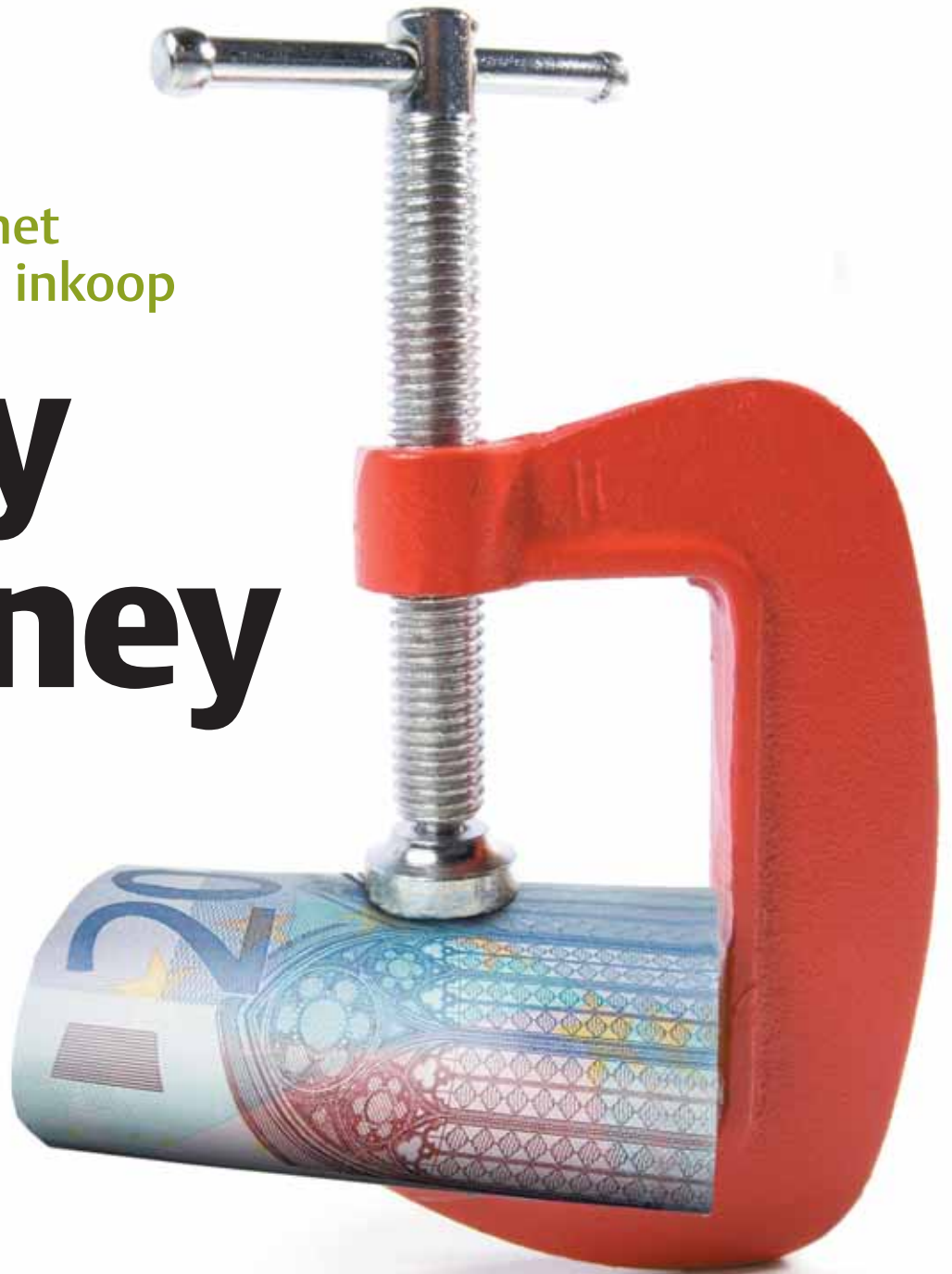


Inkoop is vaak nog het ondergeschoven kindje bij veel middelgrote en kleinere bedrijven. Stom, stom, stom! Want wie zijn inkoopproces goed organiseert kan zijn kosten verlagen, zijn winst vergroten, innoveren én groeien.

Meer winst met
professionele inkoop

Easy money





Snel meer winst maken? Professionaliseer je inkoopproces. "Dat is de makkelijkste manier om je winst te vergroten. Immers wie professioneel inkoop, bespaart op de kosten en wie minder uitgeeft, verdient meer", aldus Geert Geertsema, directeur van Conducto Inkoopprofessionals (inkoopadvies, Europese aanbestedingen en detachering van inkoopprofessionals). Daarnaast kan professioneel en slim inkopen bijdragen aan innovatie en groei van het bedrijf. Toch besteden vooral kleine en middelgrote bedrijven volgens Geertsema nog te weinig aandacht aan inkoop. "Meestal is inkoop iets dat zo maar iemand er even bij doet. Dat komt vaak omdat bedrijven gericht zijn op verkoop. Daarnaast speelt onwetendheid over wat je allemaal kunt met inkoop een rol." Gelukkig is inkoop geen hogere wetkunde en is het volgens Geertsema relatief eenvoudig om het inkoopproces te professionaliseren en de winst te vergroten:

1 Maak iemand verantwoordelijk voor de inkoop

Doordat er in veel bedrijven geen centrale aandacht is voor inkoop doet iedereen vaak 'een beetje inkoop' aldus Geertsema. "Hierdoor wordt er inefficiënt ingekocht en is het onduidelijk waar en hoeveel er uitgegeven wordt." Voorkom deze versnippering door zowel de primaire inkoop (inkoop ten bate van de productie) als de facilitaire inkoop (zaken als bureaustoelen en schoonmakers) onder te brengen bij één afdeling en één of enkele inkopers. Geertsema: "Maak iemand verantwoordelijk voor alle inkoop, net zoals bij verkoop."

2 Stel een inkoopbeleid op

Een inkoopbeleid, waarin de spelregels, methoden, procedures en doelstellingen op het gebied van inkoop staan, voorkomt ook versnippering van de inkoop. Immers, iedereen in het bedrijf weet daardoor waar hij of zij aan toe is als het gaat om inkoop. En zo'n inkoopbeleid hoeft echt geen boekwerk te zijn. Geertsema: "2 A-4tjes zijn voldoende als leidraad hoe je als bedrijf omgaat met inkoop."

3 Specificeer de inkoop

Het inkoopproces bestaat uit meerdere stappen. De eerste stap is het specificeren van de inkoop, ofwel het bepalen welke goe-

deren en diensten ingekocht moeten worden. Daar gaat het volgens Geertsema vaak al mis. "Er wordt vaak veel te veel ingekocht of er worden dingen gekocht die niet echt nodig zijn." Dit leidt uiteraard tot onnodige kosten. "Stel van tevoren dus vast wat je echt nodig hebt. Voorkom overspecificatie en koop alleen dat wat je echt nodig hebt."

4 Selecteer de juiste leverancier

Een andere belangrijke stap in het inkoopproces is het selecteren van de juiste leverancier. Geertsema: "Selecteer daarbij niet alleen op product en prijs. Kijk ook goed naar de organisatie en wat de leverancier écht aanbiedt." Denk hierbij aan service, kortingen, verpakingskosten en levertijden. "Ook daar is veel winst mee te behalen."

5 Investeer in de leverancier

Een goede relatie met leveranciers is onontbeerlijk. Niet alleen omdat dat eerder tot scherpere prijzen leidt, ook omdat samenwerking met een leverancier tot innovatie en betere producten kan leiden. Besteed daarom ook aandacht aan de relatie met leveranciers. Geertsema: "Vaak besteden inkopers echter te veel aandacht aan de verkeerde leverancier. Zo krijgt de potloodleverancier bijvoorbeeld onevenredig veel aandacht." De inkoopportfoliobenadering van Kraljic kan hierbij helpen. Deze analyse is gebaseerd op 4 productcategorieën die worden vastgesteld op basis van de mate van 'het toeleveringsrisico' en 'de invloed op de winst'. Routineproducten (zoals kantoorproducten) scoren laag op beide criteria. Ze zijn van lage waarde en worden door veel leveranciers geleverd. Knelpuntproducten zijn van lage waarde maar worden door enkele leveranciers geleverd. Hefboomproducten (zoals uitzendkrachten) zijn producten met een laag toeleveringsrisico maar zijn duur. Strategische producten zijn én duur en worden slechts door een enkeling geleverd. Het spreekt voor zich dat het verstandig is de meeste tijd te investeren in de relatie met leveranciers van knelpuntproducten en strategische producten.

6 Vergroot uw inkoopvolume

Wie een groter volume inkoop, heeft meer onderhandelingsmacht ten opzichte van de leverancier en kan een betere prijs en

kortingen afdwingen. Probeer daarom uw inkoopvolume te vergroten. Uiteraard niet door meer te kopen dan u nodig heeft. Wel door bijvoorbeeld bij een bepaalde leverancier uw inkoopfrequenties te verlagen en tegelijkertijd de inkoopvolumes te vergroten. Of door bij minder leveranciers grotere volumes af te nemen. Of door gezamenlijk in te kopen met andere bedrijven via bijvoorbeeld de branchorganisatie (bijvoorbeeld gezamenlijke inkoop van facilitaire diensten als schoonmaak, catering en beveiliging). Het uitbesteden van uw inkoopopdracht aan een commerciële inkooporganisatie is ook een manier. Geertsema: "Zo'n organisatie heeft al bepaalde contracten afgesloten en een enorme inkoopkracht."

7 Sluit goede contracten af

"Meestal accepteren bedrijven klakkeloos wat de leverancier wil", aldus Geertsema. "Niet doen. Stel je eigen inkoopvoorwaarden op. Zorg dat in het contract ook goede afspraken staan over zaken als klachtenprocedures, garantie, claims en nazorg." Dit kan niet alleen tot kostenbesparing leiden. Het voorkomt ook naderhand een hoop ellende.

8 Standaardiseer en vereenvoudig het inkoopproces

Het verwerken van facturen is een tijdrovend en daarom kostbaar klusje. Voor bestelprocedures geldt hetzelfde. Wie slim is standaardiseert en vereenvoudigt deze processen zoveel mogelijk. Geertsema: "Laat niet voor ieder wissel een factuur sturen. Vraag bijvoorbeeld een verzamel factuur of automatische betaling aan." Daarnaast kunnen veel bestellingen tegenwoordig met een druk op de knop via het internet verstuurd worden.

9 Bewaak de contracten

Het is goed op vaste momenten de contracten met leveranciers weer uit de la te halen en na te kijken. Wat waren ook al weer de afspraken en worden ze nageleefd? Ontvangen we wel die bestelkorting? En voldoet het contract eigenlijk nog wel? Een digitaal contractmanagementsysteem is zeker een optie, niet duur en verdient zich al gauw terug. Geertsema: "Bespreek het contract eens in de zoveel tijd met de leverancier, maak eventueel nieuwe afspraken. Schudt die leverancier regelmatig wakker." ▶