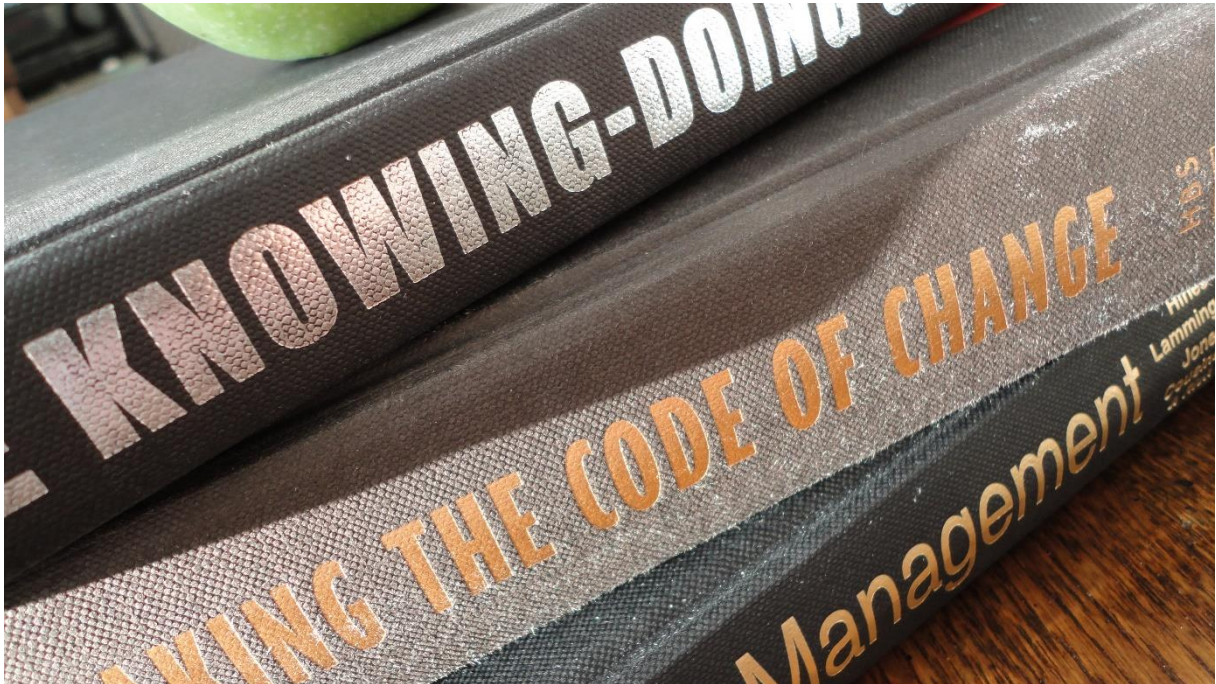




Två frågor innan köp av spendverktyg

Det råder köpfeber av spendverktyg och precis som vid andra stora investeringar så lönar det sig att tänka efter före. Helena Brynolfsson reflekterar över två frågor du bör ställa dig innan du shoppar.

Det känns som om det för tillfället råder köpfeber inom den offentliga sektorn när det gäller spendverktyg. Det är en oerhört positiv utveckling att flera inköpschefer vill ta reda på hur det ser ut spend- och leverantörmässigt inom sina organisationer. Allt för att kunna driva sin inköpsavdelnings förändringsresa och flytta fram sin position. Går du i köptankar? Då finns det två frågor jag tycker du ska ställa dig.

Är det rätt prioriterat?

Ja, om du är inköpschef för en inköpsverksamhet som är spridd över flera länder, affärsområden/divisioner och branscher. Och om du dessutom har flera ekonomisystem, ingen gemensam P2P-lösning och flera kontoplaner, så är det självklart högsta prioriterat att investera i ett spendverktyg.

Ett väl implementerat spendverktyg är en förutsättning för att du ska få klarhet över din koncerns spendmönster, så att du kan driva kategoristyrkt inköpsarbete och ta tag i de besparingspotentialer som existerar. Dessutom ger det dig en möjlighet att utveckla en vinnande inköpsstrategi för ditt företag.

Om du däremot är inköpschef för en inköpsverksamhet som är mer koncentrerad till färre länder/enheter med en gemensam kontoplan och ett ekonomisystem (och kanske dessutom med tillgång till en P2P-lösning) så är jag tveksam om ett spendverktyg är det som ska stå högst på din prioritetslista.

I denna situation kan du enkelt göra ett utdrag från er leverantörskontra, göra en snabb kategorimappning i Excel och därmed göra en "good enough" spendanalys för din inköpsverksamhet. Här bör din prioritering istället vara att satsa på att införa kategoristyrkt inköpsarbete (om du inte redan har det på plats) eller tillse att du får in all spend via ditt P2P-system (om du har ett).

Hur ska spendverktyget implementeras och förvaltas?

Det är människor som avgör om en inköpsverksamhet ska blir framgångsrik eller inte och inte stödsystemen som finns runtomkring. Spendverktyget möjliggör för dig som inköpschef att du kan:

- Konstatera hur nuläget ser ut
- Prioritera ert kategoriarbete, och
- Sätta övergripande besparingsmål.

Men spendverktyget/-analysen kan aldrig bli bättre än den information och data som ni stoppar in. Exempel på det är.

- Tar ni inte med all spenddata (utan exkluderar vissa bolag/affärsområden), så kan ni inte få koll på hela er inköpsvolym.
- Får ni klumpsumme fakturor från era leverantörer, så kan ni inte få ut mer detaljerad spenddata än den ni ursprungligen registrerat.
- Det blir lika svårt att spåra all spend som går via leverantörernas factoringbolag eller via finansiering.
- Slarvigt eller felaktiga fakturor (eller inköpsordrar) kommer vara fel även i spendverktyget.

Spendverktyget är med andra ord ingen trollerilåda. Det som stoppas in varken kan öka i kvalitet eller kan finfördelas mer än det som kommer ut, även om jag ibland stött på både controllers och VD:ar som verkat tro det motsatta.

Med det sagt så behöver du tänka igenom hur implementationen av ditt spendverktyg ska gå till. Ska alla bolag, divisioner och/eller siter inkluderas? Eller ska vissa små bolag exkluderas på grund av arbetsbördan (95 % av spenden är kanske OK)? Hur ska inköpsvolymen mappas? Enbart via konto och/eller leverantör? Ska du använda UNSPSC-koder eller ta fram ditt egna kategoriträd? Vem ska tvätta data? Hur ofta ska ni uppdatera? Vem ska uppdatera, hantera och förvalta spendverktyget på plats?

Många frågor måste redas ut och det kan därför vara värdefullt att städa upp så mycket som det bara går innan ni påbörjar implementationen. Allt för att ni i slutändan ska få bättre och mer detaljerade spendanalyser. Här kan det till exempel vara en god idé (i det fall att ni har en P2P-lösning) att få in all inköpsvolym som kan hanteras via systemet (och som idag går utanför), att öka antalet e-fakturor och att automatmatcha alla fakturor som kan automatmatchas.

Sammanfattningsvis så krävs det en god plan vid köp av spendverktyg. Vad är syftet? Vilka är effekt- och projektmålen? Vilka resurser behövs? Tidplan? Hur ska systemet implementeras? Hur ska det förvaltas? Vilka risker finns? Och hur ska dessa överbryggas?

Precis som med vilket annat viktigt projekt som helst, så är sannolikheten till framgång större om du tänker efter innan du köper ditt spendverktyg.