



Benchmarking – ett bra sätt för att lyfta inköpsverksamheten

Benchmarking är ett strålande verktyg när man vill driva igenom förändringar inom inköpsområdet konstaterar Helena Brynolfsson i denna krönika.

Benchmarking är kunskap, då kunskap kommer från jämförelse. Genom att visa på fakta kan man som inköpschef utmana, påvisa möjligheter och potentialer till förbättring för sin ledningsgrupp. Med benchmarking kan man driva förändring, motivera att fler resurser/satsningar behövs eller bekräfta att man gör ett bra jobb.

För mig handlar benchmarking om att jämföra sin egen inköpsverksamhet kvantitativt eller kvalitativt med andra. Antingen internt mot företagets andra inköpsavdelningar i divisioner eller dotterbolag, eller externt inom sin egen bransch eller mot de inköpsavdelningar som är bäst-i-klassen oavsett bransch. Det kan vara inom en hel radda områden som bland annat efterlevnad av policys, ROI på inköpsavdelningen, kategoristyrning, kompetens, IT-stödsansvändning med mera. Listan över jämförelseområden kan göras väldigt lång.

Jag har använt benchmarking och varit synnerligt behjälpligt av det i min inköpsroll när jag faktabaserat har velat påvisa effektiviseringsmöjligheter, besparingspotentialer eller väcka en ledningsgrupp ur en törnrosasömn till den verklighet som råder. Det har konkret lett till att jag fått anställa mer personal, fått göra punkinsatta konsultinsatser och investera i systemstöd. Det har även lett till bättre priser i olika inköpskategorier, rätt lön till personal och att inköpsavdelningen blivit rätt dimensionerad (inte för få och inte för många).

Benchmarking är, i övrigt ypperligt, om man är generellt nyfiken av sig och vill veta vad andra gör, plocka upp nyheter eller för att helt enkelt konstatera att vi ligger rätt till/i fas med vad alla andra gör.

Det som varit problematiskt både som kategoriansvarig och inköpschef har varit att hitta bra/relevant benchmarking data och ha pengar till att genomföra eller köpa undersökningar. Jag har varit med om allt från kostsamma amerikanska (läs mastodonta) undersökningar till mindre inom ett visst avgränsat område. Oftast har jag själv tagit fram de data jag behövt, vilket emellanåt varit både enormt tidskrävande och svårt.

Här kan jag av självklara skäl inte motstå att kommentera att de är dessa erfarenheter som är bakgrunden till lanseringen av Inköpsbarometern.