



Fabbrica
del Valore

L'EVOLUZIONE DAL PROCUREMENT ALL'E-PROCUREMENT



Fabbrica
del Valore

Definiamo il contesto: la situazione del mercato allo stato attuale.

Il mercato globale sta registrando una diffusa contrazione. Appare particolarmente complesso riuscire a reperire materiali e servizi a costi sostenibili.

Questo fenomeno contestualmente alla riduzione dei volumi provoca una radicata incertezza. Di conseguenza in prima persona ne risente l'**Ufficio Acquisti**. I materiali risultano talvolta irreperibili, si registrano grossi ritardi nelle consegne e blocchi nella produzione. Il **Procurement** e l'intera **Supply Chain** si trovano in un punto particolarmente stressante.

Le cause della attuale contrazione in atto:

- Le guerre al centro dell'Europa e Medio Oriente ancora attive;
- La crisi energetica che non dà segni di allentamento;
- Lo smantellamento di interi comparti produttivi (vedi automotive);
- I paesi di riferimento come gli Stati Uniti e il recente cambio di amministrazione e la Cina che decidono di chiudere l'esportazione per mantenere la continuità nel proprio mercato interno.

I 4 strumenti evolutivi dell'E-procurement

Il percorso proposto prevede la revisione e la rielaborazione della struttura dell'Ufficio Acquisti. Nello specifico si opererà direttamente sulla organizzazione e sulla pianificazione dell'attività di **Procurement**, che dovranno passare attraverso un forte processo di **Digital Transformation**.

L'obiettivo del progetto prevede la creazione di **know how**, acquisibile e trasmissibile, per affrontare le situazioni di incertezza e i cambiamenti repentini del mercato, indi per cui, si forniranno degli strumenti (di **E-procurement**) che consentiranno di affrontare le circostanze di forte rischio che si presenteranno in futuro.

Si prevede di creare un vero e proprio percorso formativo, che consentirà di elaborare nuove conoscenze in termini di gestione del **Parco fornitori** e comprensione dei dati a disposizione, attraverso un processo implementativo basato sull'architettura dei dati.

I **4 strumenti** che verranno messi a disposizione sono:

1. Attività di Scouting dei fornitori (Albo fornitori);
2. Analisi dell'andamento dello Spending e frequenza d'acquisto (E-catalogue & Punch-out);
3. Vendor Management e dimensionamento del Parco fornitori (Business Intelligence);
4. Sviluppo di un sistema di monitoraggio e definizione dei KPI (Business Intelligence e Piattaforma E-procurement).

Attività di Scouting dei fornitori (Albo fornitori)

Strumento n.º1

Affiancamento diretto nel processo di ricerca dei fornitori che siano in grado di sopperire ai bisogni contingenti e futuri, mettendo a disposizione il network nazionale e internazionale, attraverso l'utilizzo di strumenti di ultima generazione (questionari Albo).

In un periodo di totale difficoltà si offre la possibilità di sfruttare nuovi canali al fine di individuare nuove figure di fornitura.

Il processo che risulta dispendioso in termini di tempo e risorse verrà condotto in collaborazione al fine di ritrovare continuità nell'attività di fornitura e continuità nella produzione. Individuare nuove figure di fornitura può essere il punto di partenza per rivalutare il proprio **Parco fornitori**.

Analisi dell'andamento dello Spending e frequenza d'acquisto (E-catalogue & Punch-out)

Strumento n.º2

L'obiettivo di questo strumento è la comprensione di quelle che possono essere le correlazioni che intercorrono tra il fabbisogno e la modalità di condivisione informativa tra i fornitori. A tal proposito si vuole sviluppare la capacità dell' **Ufficio Acquisti** di saper interpretare i dati, trasformandoli in informazioni e successivamente in azioni.

L'attività prevede un periodo di affiancamento in cui si procede alla definizione di un metodo di analisi e studio. In particolare verranno studiati i comportamenti d'acquisto da parte dei clienti in uno specifico arco temporale. In quest'ottica si analizzano i punti in comune che si ripropongono ciclicamente.

Questo procedimento viene svolto al fine di comprendere i trend che caratterizzano i clienti.

Il percorso delineato permetterà di apprendere gli avvenimenti che in passato hanno innescato situazioni critiche.

Comprendere la portata dei fatti consente di valutare gli eventi e prendere le precauzioni necessarie.

Vendor Management e dimensionamento del Parco fornitori (Business Intelligence)

Strumento n.º3

Implementare il Vendor Management in Azienda consente di ridurre il rischio di fornitura intrinseco nell'attività di approvvigionamento.

Avere piena consapevolezza della composizione e del dimensionamento del proprio **Parco fornitori** è elemento imprescindibile per un **Ufficio Acquisti**. Riteniamo che la struttura e la comprensione dei sistemi di potere sono due elementi che devono essere chiari, soprattutto nel caso in cui si presentino delle fluttuazioni.

Un **Parco fornitori** sbilanciato e mal-dimensionato implica dei rischi ingenti per l'Azienda. Avere contezza del proprio potere d'acquisto e identificare il livello di dipendenza in merito a ciascuna classe merceologica è un elemento di supporto.

I vantaggi del Vendor Management:

- Condivisione tra i membri del team dell'Ufficio Acquisti, ma non solo, di informazioni che riguardano i fornitori;
- Scelta del giusto partner potenziale per il proprio business, che sia in linea con le proprie aspettative;
- Misurazione di KPI puntuali;
- Velocizzazione dell'onboarding dei fornitori.

Sviluppo di un sistema di monitoraggio e definizione dei KPI (Business Intelligence e piattaforma E-procurement)

Strumento n.º4

Lo strumento prevede la definizione di indicatori elaborati *ad hoc* per le specifiche esigenze dell'Azienda. In quest'ottica si individueranno i punti più rilevanti di cui tener conto. A tal proposito si prevede un approfondimento delle particolarità che devono essere tenute sotto controllo.

L'obiettivo che viene proposto coinvolge la misurazione delle performance effettive. Nello specifico, si prevede un'analisi dettagliata e puntuale sui vantaggi effettivi legati all'adattamento a questo nuovo metodo di lavoro, così da comprendere il reale beneficio che ne deriva.

I **KPI (Key Performance Indicator)** verranno elaborati nel rispetto dei seguenti criteri:

- Quantificabilità,
- Praticità,
- Direzionalità,
- Operatività.

La misurazione effettiva delle performance è l'unico elemento che consente all'Azienda di valutare in modo oggettivo se le soluzioni adottate generano una crescita e un miglioramento interno.



Fabbrica
del Valore