



CONSULTING GROUP

Die Zukunft des Einkaufs

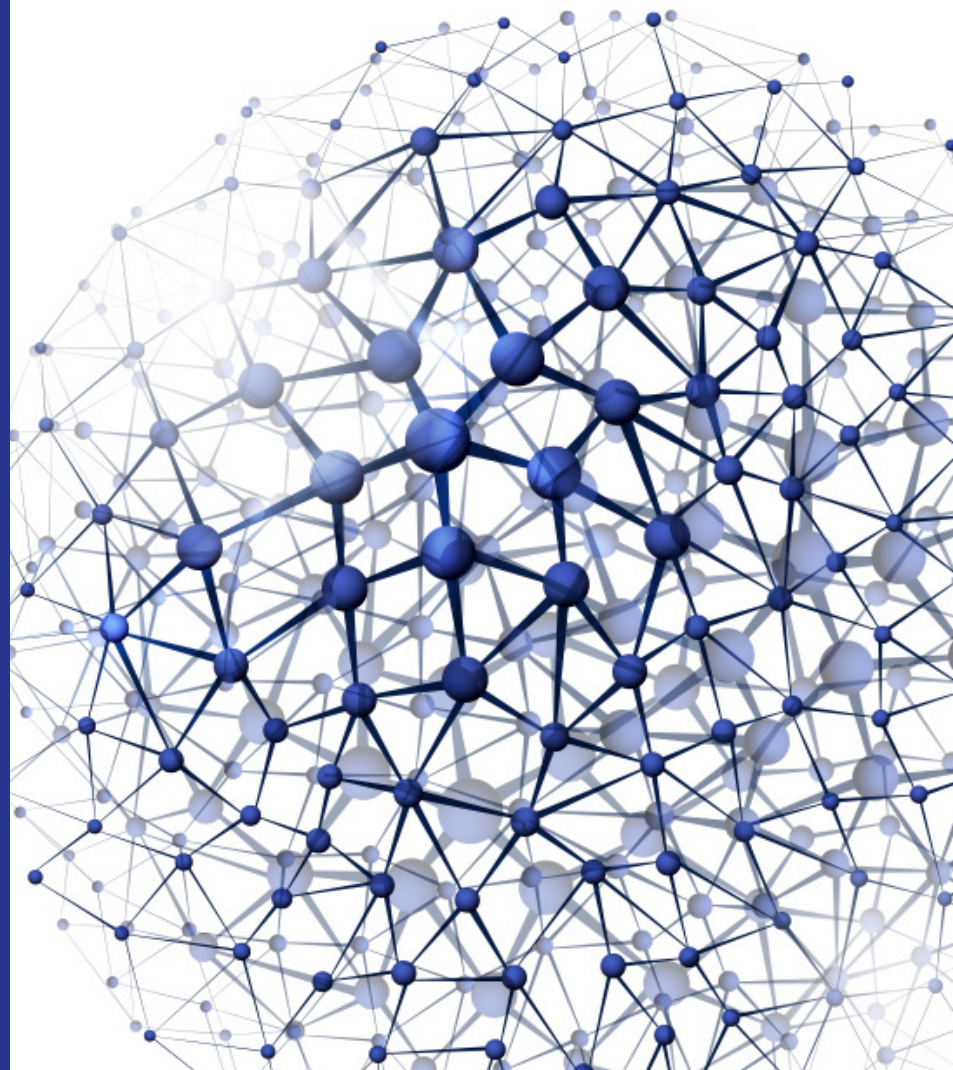
Wertschöpfungspartner,
Innovator und Integrator

Strategischer Wert-
schöpfungspartner
im Unternehmen

Erschließung von
Innovationen und
Potenzialen der
Lieferanten

Supply Network
Management

Bewegende Lösungen.
Umgesetzt.



Vom Kostensenker zum integrierenden und innovativen Wertschöpfungspartner

Heute gehören Kostensenkung, strategisches Warengruppenmanagement und Steuerung der Lieferanten zu den alltäglichen Herausforderungen des Einkaufs. Auch bei ConMoto sind diese Optimierungsbereiche eine Selbstverständlichkeit. Dies belegen unsere Projekte der vergangenen Jahre: Gemeinsam

mit unseren Kunden haben wir über 5.000 kostenreduzierende Maßnahmen eingeleitet, ein kumuliertes Einkaufsvolumen von mehr als 25 Milliarden Euro bearbeitet und eine durchschnittliche Einsparung von 8 bis 12 Prozent im Jahr umgesetzt.



Kunde: International operierender Konzern der Transport- und Logistikbranche, Umsatz > 39 Mrd. €
Methode/Ansatz: Materialkostenoffensive/ Prozessoptimierung
Projektdauer: > 2,5 Jahre
Ergebnis: Umsetzung eines innovativen Change-Konzeptes im Konzerneinkauf führte zur Verleihung des BME Innovationspreises

Signifikante Kostensenkung

BME Innovationspreis



Kunde: International tätige Unternehmensgruppe der Automobilzulieferindustrie, Umsatz > 2,5 Mrd. €
Methode/Ansatz: Qualifizierungsoffensive
Projektdauer: 1,5 Jahre
Ergebnis: 339 trainierte Einkäufer und 34 Teams

Trainierte Einkäufer weltweit

339



Kunde: International agierender Baukonzern, Umsatz > 3 Mrd. €
Methode/Ansatz: Materialkostenoffensive/Prozessoptimierung – Procurement Innovation
Projektdauer: > 1 Jahr
Ergebnis: Einführung Lead Buyer Organisation, Senkung durchschnittlicher Lieferantenzahl bei ausgewählten Warengruppen > 50% und Beginn Lieferantentwicklung

Senkung Lieferantenzahl

>50%



Kunde: Internationale Unternehmensgruppe im Bereich Herstellung Faser- und Stahlseile, Umsatz > 180 Mio. €
Methode/Ansatz: Materialkostenoffensive/Prozessoptimierung – Procurement Innovation
Projektdauer: 8 Monate
Ergebnis: Einsparung 14,5% des bearbeiteten Einkaufsvolumens entspricht rund 1,5 Mio. € im Jahr

Einsparung

14,5%

Der Einkauf muss sich vom Kostensenker zum integrierenden und innovativen Wertschöpfungspartner im Unternehmen wandeln. Bei ConMoto haben wir diese Situation rechtzeitig erkannt und entwickeln für unsere Kunden kontinuierlich neue Projektansätze und Methoden, um den Einkauf gezielt und nachhaltig in diese Position zu versetzen.

Wertschöpfungspartner:

Nur wenn der Einkauf in der Lage ist, seine Rolle als Innovator und Integrator optimal zu erfüllen, kann er als strategischer Wertschöpfungspartner im Unternehmen und bei Lieferanten seine volle Wirkung entfalten. Eine gezielte Integration des procure2pay-Prozesses unterstützt die Rolle des Wertschöpfungspartners. Auch in der Zukunft wird die Kostenoptimierung der externen Wertschöpfung eine zentrale Aufgabe des Einkaufs sein.

Innovator:

Der Einkauf hat als Innovator die Aufgabe, Innovationen und Potenziale der Lieferanten aktiv zu erschließen und sie mit dem internen Innovations- und Produktentstehungsprozess zusammenzuführen. Hier sind Ansätze wie total-cost-of-ownership und design2value ein fester Bestandteil.

Integrator:

Der Einkauf ist prädestiniert, künftig die gesamte externe Wertschöpfung des Unternehmens zu gestalten und zu koordinieren. Dafür sorgt unter anderem das Supply Network Management. Unterstützt wird der Einkauf zusätzlich durch die immer besser nutzbaren Möglichkeiten der engeren Vernetzung im Rahmen der digitalen Transformation, wie durch das Konzept Einkauf 4.0.

Die Ersten Schritte zum Einkauf der Zukunft

Der moderne Einkauf muss sich neue Perspektiven erschließen, um sich in Richtung Innovator & Integrator weiterzuentwickeln. Der Ausgangspunkt ist eine präzise Analyse der Ist-Situation. Hier kommt das ConMoto RapidProcurementAssessment zum Einsatz. Durch diese erprobte Methodik werden Optimierungsansätze identifiziert und Handlungsfelder definiert. Das RapidProcurementAssessment analysiert nach objektiven Kriterien in nur drei Tagen wie vernetzt und integriert Ihr Einkauf agiert und in welchem Maß er sich dadurch als innovativer Wertschöpfungspartner positioniert.

Am ersten Tag werden strukturierte Interviews und eine Fragebogenaktion durchgeführt. Hierbei entsteht eine erste Bewertung durch die Mitarbeiter des Einkaufs (Eigenbild) als auch durch die Partner des Ein-

kaufs (Fremdbild). Dazu geben die ConMoto-Berater anhand der Interviews eine Expertenbewertung ab.

Am zweiten Tag steht die gemeinsame Einschätzung des Einkaufs mit Hilfe des ConMoto RapidProcurementScoring im Mittelpunkt. Dieses „Scoring“ beinhaltet 12 Kriterien mit jeweils 5 Subkriterien, die eine klare Positionsbestimmung des Einkaufs ermöglichen.

Am dritten Tag werden anhand der zwei Bewertungen aus Interviews/Fragebogen und dem Scoring erste Handlungsfelder abgeleitet. Zielsetzung ist es, die Position des Einkaufs im ConMoto-Reifegradmodell in Richtung Procurement Excellence zu optimieren und sich damit strategische Wettbewerbsvorteile zu verschaffen (siehe Abbildung 1).

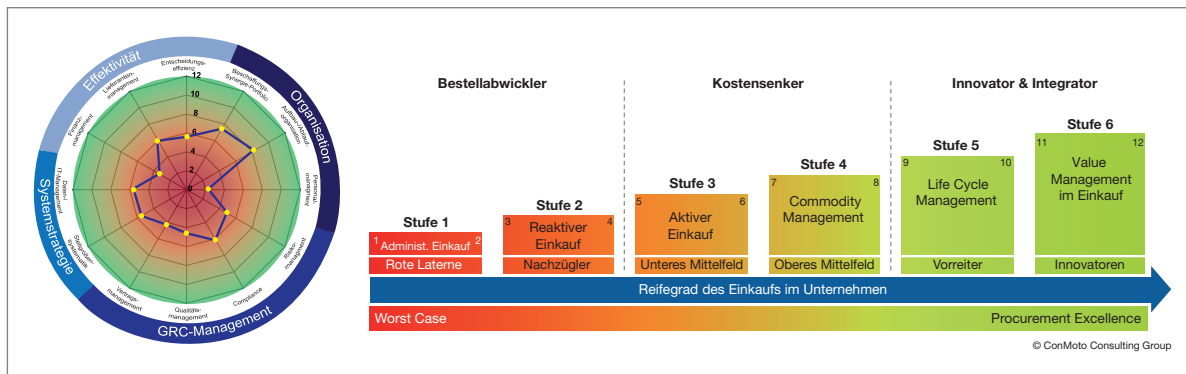


Abbildung 1: ConMoto-Reifegradmodell des Einkaufs

Das ConMoto RapidProcurementAssessment liefert Ihnen konkrete Ergebnisse und eine klare Positionsbestimmung. Darüber hinaus definiert es erste Potenziale, Handlungsfelder und mögliche Lösungsansätze.

Wir generieren gemeinsam mit Ihnen einen Fahrplan zur Umsetzung wichtiger Potenziale für Ihr Unternehmen. ConMoto greift dabei auf einen umfassenden

Werkzeugkasten zurück und macht Ihren Einkauf fit für die Zukunft (siehe Abbildung 2).

Unsere Berater unterstützen Ihre Mitarbeiter durch individuelle Qualifizierungsoffensiven – das stärkt die Innovationskraft, sichert die Nachhaltigkeit und senkt die Kosten. Die Verbesserung Ihrer Wettbewerbsfähigkeit beginnt beim Einkauf.

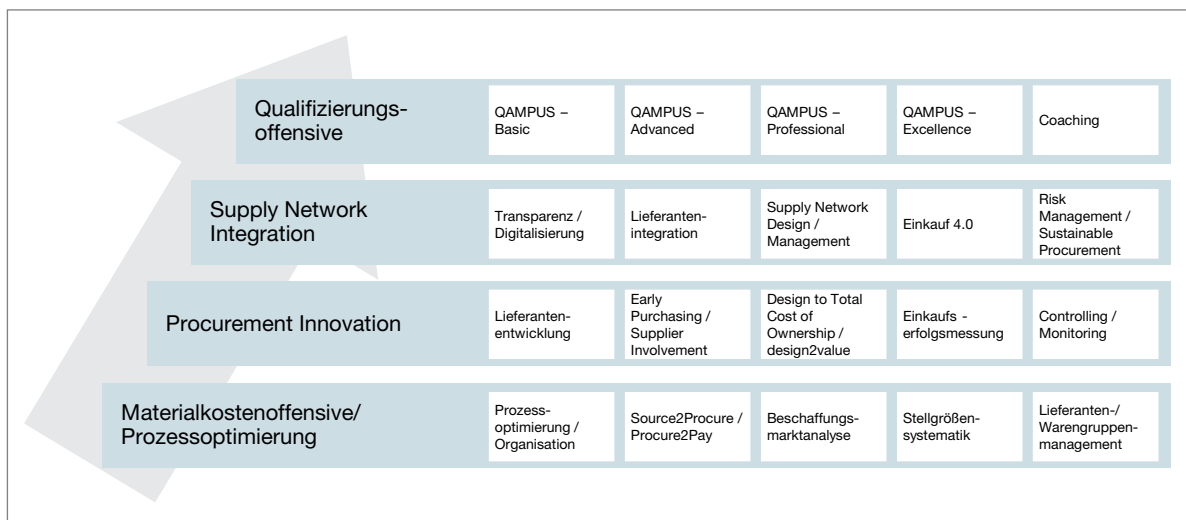


Abbildung 2: ConMoto-Dienstleistungsportfolio



CONSULTING GROUP

ConMoto Consulting Group GmbH
Boschetsrieder Str. 69
81379 München

business@conmoto.de
+49 89 78066-119
www.conmoto.de

Wir sind die umsetzungsstarke Managementberatung – seit 1990.

con moto heißt in der Musik „bewegt“ oder „mit Bewegung“. Wir haben uns diesen Namen gegeben, weil wir überzeugt sind, dass Beratung erst dann erfolgreich ist, wenn sich wirklich etwas bewegt.

Unsere führungserfahrenen und unternehmerisch agierenden Berater schaffen nachhaltige Wertsteigerung für unsere Kunden. Mit innovativen Methoden und partnerschaftlichem Handeln erarbeiten wir Lösungen und setzen diese systematisch um, verändern Strukturen und Prozesse effizient und bewegen Menschen erfolgreich.

München • Stuttgart • Bratislava • Campinas • Charlotte • Shanghai • St. Gallen • Wien

Bewegende Lösungen. **Umgesetzt.**