

Supply Value Survey

Resultaten verslag

VOORBEELD

Supply  Value



Titel:

Resultaten verslag leveranciersonderzoek

Organisatie:

Supply Value

www.supplyvalue.nl

Uitgevoerd door:

Marno van Houten

&

Menno van Drunen

Contact gegevens:

Supply Value

Vanenburgstraat 16,

6825 GR, Arnhem,

Netherlands

Mailadres:

m.drunen@supplyvalue.nl

Telefoonnummer:

+316 24516244

BTW: NL 8195.17.173.B01

KVK: 2436 5099 | ING: 4952439

Datum: .././....

Management samenvatting

[In de management samenvatting wordt in het kort de hoofdpunten van het resultaten verslag besproken.]

Inhoudsopgave

| | |
|---------------------------------|----|
| Management samenvatting | 3 |
| Inleiding | 4 |
| Opzet van het onderzoek | 4 |
| Resultaten | 5 |
| Basis gegevens | 5 |
| Tevredenheid | 6 |
| De samenwerking | 7 |
| Verbeteringsmogelijkheden | 8 |
| Kansen | 9 |
| Advies | 10 |
| Colofon | 11 |

Inleiding

Dit onderzoek is uitgevoerd door Supply Value in opdracht van [naam inkooporganisatie]. Met het onderzoek meten wij wat leveranciers vinden van hun klant (inkooporganisatie) en waar de klant volgens de top tien leveranciers verbeteringen kan aanbrengen.

Het leveranciersonderzoek heeft als doel om de inkooporganisatie een indicatie te geven van eventuele verbeteringsmogelijkheden op basis van de bevindingen van hun leveranciers. Vanuit onze ervaringen op het gebied van inkoopmanagement is gebleken dat leveranciers vaak mogelijkheden zien om hun klanten te helpen door risico's en kosten te verlagen of door samen meerwaarde te creëren. Echter wordt er vaak te weinig gebruik gemaakt van deze kennis. Dit onderzoek helpt om deze waardevolle kennis te achterhalen.

Een ander doel van het onderzoek is het stimuleren van de samenwerking tussen klant en leverancier. Door deelname aan het onderzoek is de leverancier genoodzaakt om te reflecteren en na te denken over prestaties, verbetermogelijkheden en nieuwe kansen. Dit kan leiden tot zeer waardevolle informatie voor beide organisaties. Het delen en toepassen van deze informatie kan resulteren in effectievere relaties waarvan beide partijen van kunnen profiteren.

De uitkomsten van het onderzoek kunnen leiden tot concrete verbeteringsmogelijkheden en specifieke kansen. Sommige aanbevelingen van de leveranciers kunnen direct aanleiding geven tot implementatie, andere zullen eerst verder moeten worden onderzocht. Dit alles kan helpen bij het optimaal benutten van de kennis en ervaring van de leveranciers.

Opzet van het onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd onder 10 leveranciers van [naam inkooporganisatie]. Via een email zijn de leveranciers op de hoogte gesteld van het onderzoek. De leveranciers hebben één maand de tijd gehad om de enquête in te vullen en hebben maximaal twee herinneringsmails ontvangen.

De leveranciers hebben de vrijheid gekregen om zelf te kiezen of men de gegevens anoniem wilde versturen of niet. Het voordeel van anoniem invullen is de te verwachten objectiviteit en eerlijkheid van de antwoorden. Echter om de resultaten van de enquête te gebruiken voor verbeteringen is het wenselijk dat de leveranciers de gegevens niet anoniem vullen. Door de leverancier de vrijheid te geven om anoniem mee te doen aan het onderzoek, hopen we zowel eerlijk informatie als bruikbare verbeteringen te achterhalen.

Na afloop van het onderzoek is het aan de inkooporganisatie om eventuele terugkoppeling te geven aan de leveranciers. Uit onze ervaring is gebleken dat de leveranciers dit zeer op prijs stellen en dat het de gelegenheid creëert voor een gesprek over de resultaten.

Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. Als eerste worden de antwoorden op de basis gegevens besproken, daarna de tevredenheid, verbetermogelijkheden en als laatste de potentiële kansen volgens de leveranciers.

Basis gegevens

In deze paragraaf worden de basis gegevens gepresenteerd.

| <p>Vraag 1 Hoe lang heeft uw organisatie een zakelijke relatie met deze klant? (bij benadering in jaren)</p> <p>Tabel 1: Antwoorden vraag 1</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Jaren</th> <th>Aantal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0-1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>1-4</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>4-10</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>10-20</td> <td></td> </tr> <tr> <td>20-30</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>< 30</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | Jaren | Aantal | 0-1 | 1 | 1-4 | 2 | 4-10 | 3 | 10-20 | | 20-30 | 4 | < 30 | | <p>Vraag 2 Hoe belangrijk is deze klant voor u? (op een schaal van 1 tot 10) (1= heel erg onbelangrijk 6= gemiddeld 10= extreem belangrijk)</p> <p>Tabel 2: Antwoorden vraag 2</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cijfer</th> <th>Aantal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td></td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | Cijfer | Aantal | 1 | | 2 | | 3 | 3 | 4 | | 5 | 2 | 6 | 2 | 7 | 1 | 8 | | 9 | 1 | 10 | |
|---|--------|--------|-----|---|-----|---|------|---|-------|--|-------|---|------|---|---|--------|--------|---|---|---|----|---|---|-------------|--------|-----|---|-----|---|------|---|-------|--|-------|---|------|--|
| Jaren | Aantal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 0-1 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1-4 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4-10 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10-20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20-30 | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| < 30 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cijfer | Aantal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Vraag 3 Hoe belangrijk denkt u dat u bent voor deze klant? (op een schaal van 1 tot 10) (1= heel erg onbelangrijk 6= gemiddeld 10= extreem belangrijk)</p> <p>Tabel 3: Antwoorden vraag 3</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cijfer</th> <th>Aantal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td></td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | Cijfer | Aantal | 1 | | 2 | | 3 | 3 | 4 | | 5 | 2 | 6 | 2 | 7 | 1 | 8 | | 9 | 1 | 10 | | <p>Vraag 4 Welk percentage van uw omzet komt van deze klant? (bij benadering)</p> <p>Tabel 4: Antwoorden vraag 4</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>% van omzet</th> <th>Aantal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0-2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>2-5</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>5-10</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>10-20</td> <td></td> </tr> <tr> <td>20-60</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>< 60</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | % van omzet | Aantal | 0-2 | 1 | 2-5 | 2 | 5-10 | 3 | 10-20 | | 20-60 | 4 | < 60 | |
| Cijfer | Aantal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| % van omzet | Aantal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 0-2 | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2-5 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5-10 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10-20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20-60 | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| < 60 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Belangrijkste bevindingen basis gegevens

Korte toelichting over de belangrijkste uitkomsten van de resultaten.

Tevredenheid

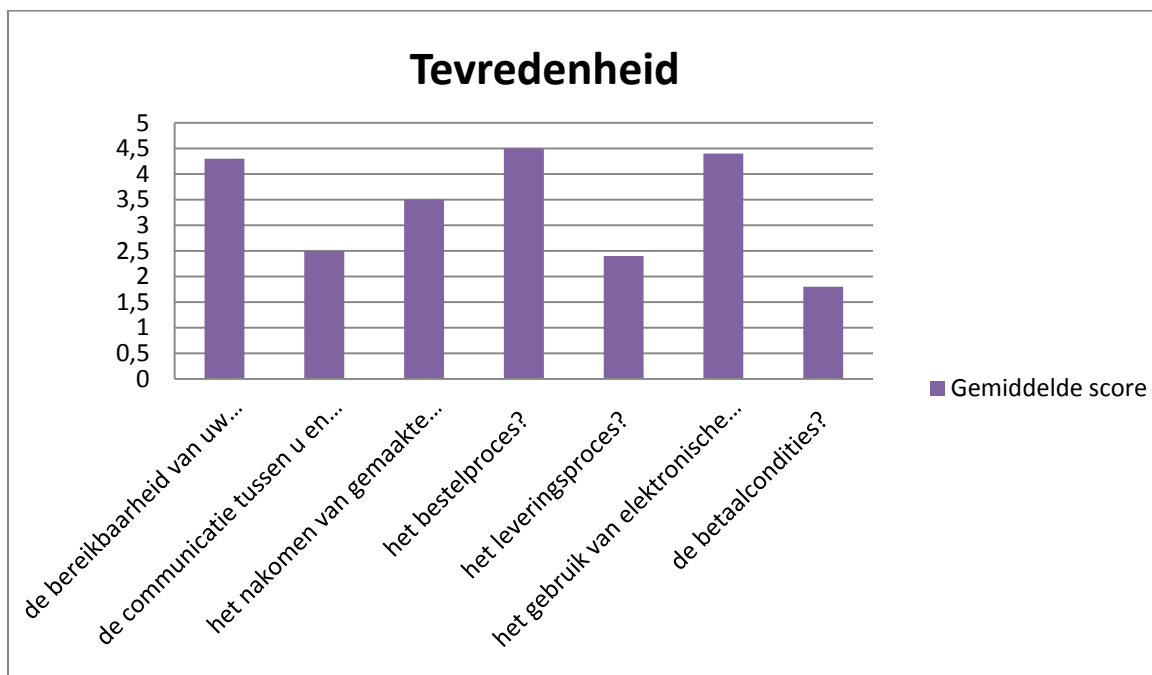
In deze paragraaf worden de antwoorden op de vragen over tevredenheid gepresenteerd. De vragen hebben betrekking gehad op de tevredenheid van de leveranciers over diverse processen van uw organisatie. (het gaat er dus om hoe de leverancier de inkooporganisatie beoordeeld).

Vraag 5 In hoeverre bent u tevreden met...

(1= helemaal niet tevreden – 2= niet tevreden – 3= neutraal – 4= tevreden - 5= heel erg tevreden)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| de bereikbaarheid van uw klant (toegankelijkheid)? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| de communicatie tussen u en uw klant? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| het nakomen van gemaakte afspraken? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| het bestelproces? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| het leveringsproces? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| het gebruik van elektronische communicatie mogelijkheden? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| de betaalcondities? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Grafiek 1: Antwoorden vraag 5



Belangrijkste bevindingen tevredenheid

Korte toelichting over de belangrijkste uitkomsten van de resultaten.

Samenwerking

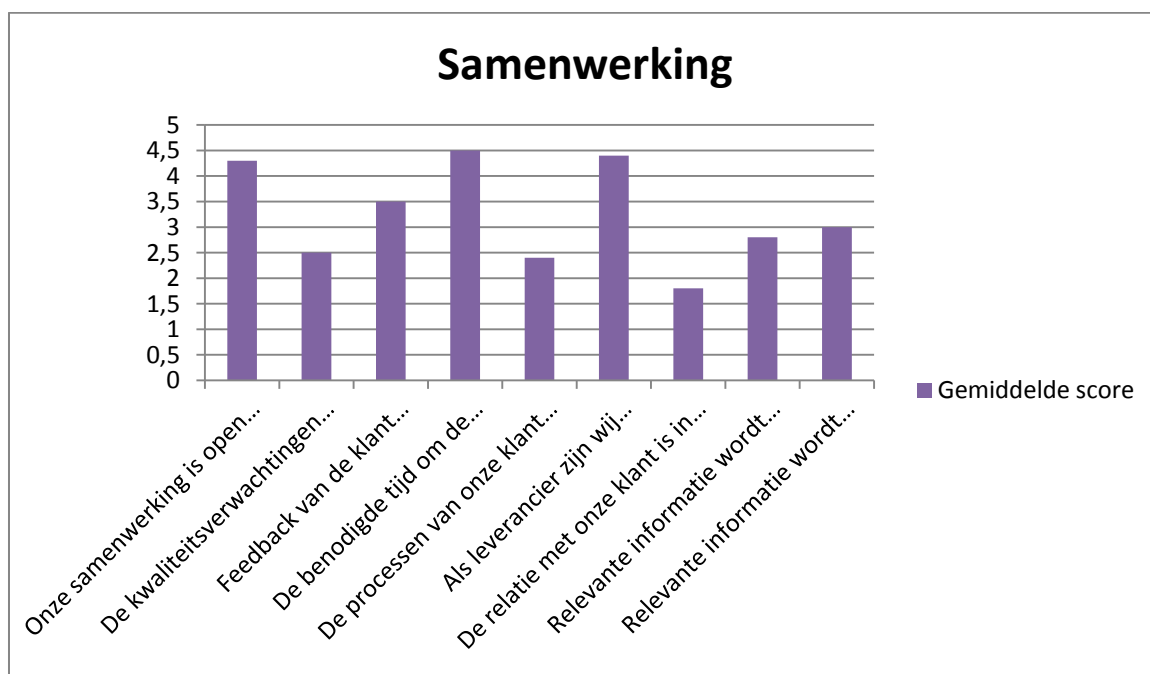
In deze paragraaf worden de antwoorden op de vragen over samenwerking gepresenteerd. De vragen gingen over de samenwerking tussen de leverancier en u als inkooporganisatie.

Vraag 6 In welke mate zijn de volgende uitspraken van toepassing op de samenwerking tussen u als leverancier en uw klant?

(1= helemaal niet – 2= niet veel – 3= neutraal – 4= veel – 5= heel erg veel)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Onze samenwerking is open en coöperatief (welwillend). | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| De kwaliteitsverwachtingen zijn helder gecommuniceerd. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Feedback van de klant richting ons is bruikbaar en constructief. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| De benodigde tijd om de relatie te ondersteunen met onze klant is acceptabel. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| De processen van onze klant en die van ons zijn voldoende geïntegreerd. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Als leverancier zijn wij voldoende betrokken bij het creëren van nieuwe producten en/of services. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| De relatie met onze klant is in de laatste jaren verbeterd. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Relevante informatie wordt tijdig met ons gedeeld | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Relevante informatie wordt accuraat met ons gedeeld | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Grafiek 2: Antwoorden vraag 6



Belangrijkste bevindingen de samenwerking

Korte toelichting over de belangrijkste uitkomsten van de resultaten.

Verbeteringsmogelijkheden

In deze paragraaf worden de antwoorden op de vragen over verbeteringsmogelijkheden gepresenteerd. De vragen gingen over de verbeteringsmogelijkheden die de leveranciers ziet voor de inkooporganisatie.

Vraag 7 In hoeverre ziet u kansen om de volgende doelen te realiseren voor uw klant? (1= helemaal geen – 2= niet veel – 3= neutraal – 4= veel - 5= heel erg veel)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Kosten te verlagen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Omzet te verhogen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Werkkapitaal te verlagen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Efficiënter samen te werken | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uw levertijden te verlagen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uw samenwerking verder te verbeteren | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Professionaliteit verder te verbeteren | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Producten en/of diensten te innoveren | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Bereikbaarheid (toegankelijkheid) te vergroten | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Risico's te verlagen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Voorraden te verlagen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kwaliteit te verhogen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Grafiek 3: Antwoorden vraag 7



Belangrijkste bevindingen verbeteringsmogelijkheden

Korte toelichting over de belangrijkste uitkomsten van de resultaten.

Kansen

In deze paragraaf worden de antwoorden op de vragen over kansen gepresenteerd. De vragen gingen over mogelijke kansen die de leveranciers ziet om u als leverancier te helpen (open vraag).

8 Wat zijn volgens u, de drie belangrijkste kansen (verbeteringsmogelijkheden) die u voor uw klant ziet?

Tabel 5: Antwoorden vraag 8

| Respondent | De drie belangrijkste kansen |
|------------|------------------------------|
| 1 (naam*) | |
| 2 (naam) | |
| 3 (naam) | |
| 4 (naam) | |
| 5 (naam) | |
| 6 (naam) | |
| 7 (naam) | |
| 8 (naam) | |
| 9 (naam) | |
| 10 (naam) | |

* indien bekend

Belangrijkste bevindingen kansen

Korte toelichting over de belangrijkste uitkomsten van de resultaten.

Advies

[Kort en helder advies over de bevindingen van het leveranciersonderzoek.]

Aanbevelingen:

- 1
- 2
- 3

Om te achterhalen of de verbeterplannen daadwerkelijk nuttig zijn geweest, is het raadzaam om een dergelijke enquête periodiek uit te voeren, bijvoorbeeld één keer per jaar.

Colofon

Contactgegevens

Supply Value
Vanenburgstraat 16,
6825 GR, Arnhem
The Netherlands

BTW: NL 8195.17.173.B01
KVK: 2436 5099
www.supplytalent.nl

Menno van Drunen
Tel. +316 24 51 62 44
m.drunen@supplyvalue.nl

Marno van Houten
Tel. +31655322462
m.houten@supplytalent.nl

Over deze uitgave

Uitgegeven door Supply Value.
© Supply Value 2010
Alle rechten voorbehouden

Suggesties

Supply Value staat open voor feedback en suggesties ter verbetering van de enquête.

Uw suggesties kunt u sturen naar: info@supplyvalue.nl of direct naar het mailadres van onze consultants.

Dit document is ook beschikbaar op: www.supplyvalue.nl



Over Supply Value

Supply Value is uw partner bij het realiseren van duurzame verbeteringen en innovaties in inkoop. Hierdoor kunt u uw rendement verhogen en meer winst maken.

Supply Value werkt op het raakvlak van inkooporganisatie, -proces en ICT toepassingen. Wij vinden een optimale balans te tussen risico, kosten en toegevoegde waarde binnen uw afdeling, uw organisatie en in de keten.

Wij onderscheiden ons door:

- Visie, leiderschap en een innovatief netwerk;
- Bereidheid tot mede investeren en/of het dragen van risico in projecten;
- Het combineren van diepgaande bedrijfskundige inkoopkennis met ICT kennis;
- 3D: Denken, Draagvlak en Doen: pragmatische aanpak, duurzaam resultaat.

Referenties:



Automatisering Gids

