

innogy Česká Republika

Sběr požadavků – Plán nákupu

Zdeněk Pytlíček



Motto elektronizace a automatizace

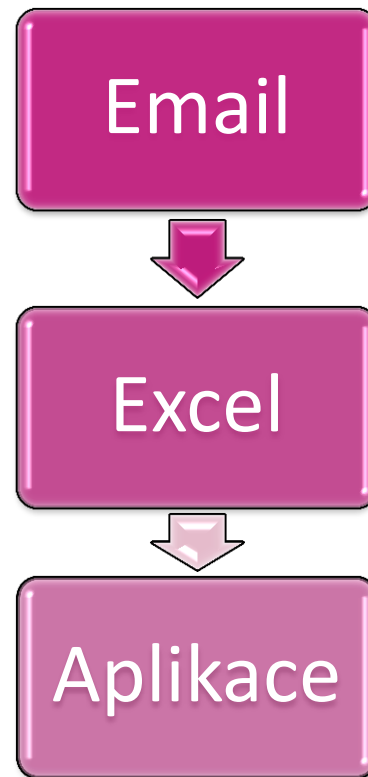
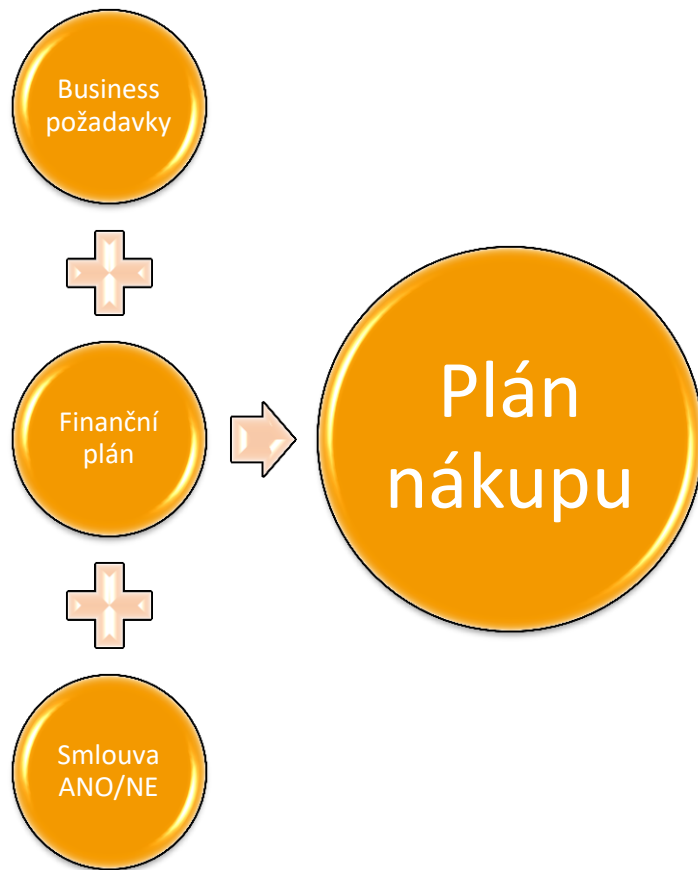


**Každá informace
je vytvářena jen jednou
a
po celou dobu jejího životního
cyklu je sdílena**

Chování nákupu



Plán nákupu



Jak na to

1. Co chci plánovat – sledovat:

- a) Aktivita
- b) Nákupní kategorie
- c) Termíny business / nákup
- d) Stav realizace
- e) Plánované úspory
- f) KPI nákupčích
- g) Vazbu na VŘ, SML, OBJ
- h) Agregaci požadavků
- i) Odpovědné osoby
- j) Vítězné ceny
- k) ...

2. Jaké mám zdroje informací:

- a) Finanční plán
- b) Historický spend
- c) Požadavky business partnerů
- d) Platné smlouvy

3. Komu a co budu reportovat:

- a) TOP management
- b) Vedení nákupu
- c) Controlling
- d) Risk management
- e) Business

Jak na to

4. Kdy bych měl plánovat:

- a) V návaznosti na schválení finančního plánu
- b) Dle plánovacího období společnosti
- c) Roční plán / Průběžný plán
- d) Uzávěrky ? (1/4, 1/2)
- e) Prezentace finálního plánu TOP managementu businessu
- f) Schválení plánu businessem

5. Kdy a jak vyhodnocovat:

- a) Ideálně dle období pro vyhodnocení KPI nákupčích
- b) Doporučuji minimálně čtvrtletně – někteří manažeři nákupu vyhodnocují i jednou za dva týdny
- c) Pro business partnery minimálně 1x ročně
- d) Vyhodnocení přesnosti plánování

Plán nákupu = nástroj pro řízení a komunikaci



Na co nezapomenout

Budme aktivní - kdo se nezeptá, nic se nedozví

Plánujme capacity, stres do nákupu nepatří

Agregace poptávky bez plánu nákupu je ambiciózní záměr

Sdílejme informace, ušetříme čas za zbytečnou komunikaci