



### **IST Situation beim Maschinenlieferanten:**

- Inhomogenes und nur bedingt planbares Kundenverhalten hinsichtlich Bestellhäufigkeit, Menge (Bull Whip Effekte) und Bestellzeitpunkt
- Der ETV kann häufig nur bei einem Bruchteil seiner Artikel einen Forecast abgeben.
- Viele Artikel haben nur eine Stückzahl von 1 pro Jahr
- Ein großer Teil von Artikeln werden nur alle 2-3 Jahre verkauft
- Kunden kaufen bedarfsbezogen unterschiedliche Mengen
- Kunden erwarten stabile Preise, keine Qualitätseinbußen und unterschiedliche Lieferzeiten (sofort bis irgendwann)
- Lieferanten (intern & extern) halten Liefertermine nicht immer ein
- Interne Prozesse werden komplizierter (Compliance, Strukturen, Gesetze, neue Mitarbeiter)
- Der Einkauf benötigt, um schnellstmöglich und zum besten Preis liefern zu können idealerweise frühzeitige Forecasts über die Bedarfe

### **Kundenerwartungen:**

- Marktgerechte Lieferzeiten und Preise
- Einhaltung von Terminen und Zusagen
- Schnelle, unkomplizierte und zeitnahe Kommunikation
- Kompetente Ansprechpartner
- Auf Anforderungen unverzüglich reagieren
- Schnelle Unterstützung im Notfall
- Einfache Abwicklung von Bestellungen

In einigen Unternehmen geht die Schere zwischen der Erwartungshaltung des Kunden und dem eigenen Leistungsangebot jedoch immer weiter auseinander. Die Verärgerung der Kunden nimmt zu, was wiederum zu einem zusätzlichen internen Arbeitsaufwand im Unternehmen führt um die Kunden zu besänftigen. Folglich steigen die Kosten pro Kundenanfrage und die Mitarbeiterzufriedenheit sinkt. Insbesondere in Krisenzeiten stehen Unternehmen hier vor großen Herausforderungen.

Eigene Vorteile werden weniger, was wiederum den jeweiligen Marktbegleitern in die Hände spielt.

Das gemeinsame unternehmerische Ziel ist:

### **Erhöhung der Kundenzufriedenheit und Erhöhung des Umsatzes bei gleichzeitiger Verringerung der Kosten und Verbesserungen der Lieferperformance.**

Diese Ziele kann ein Unternehmen nur dadurch erfolgreich meistern, in dem die beteiligten Abteilungen After Sales, Supply Chain und Operations gemeinsam ein Konzept entwickeln, um die komplexen Prozesse anzupacken. Jeder Bereich für sich alleine wird es in der Regel nicht schaffen. Die Gründe hierfür sind die jeweiligen Abhängigkeiten voneinander. Als weiterer Grund sind häufig auch eingefahrene Prozesse, die nicht mehr den aktuellen Marktanforderungen gerecht werden.

**Ansätze für die Erfüllung der Anforderungen liegen in:**

- Eine agile und schnell reagierende Supply Chain unter Einbindung der Lieferanten
- Ein durchgängiger und transparenter Informationsfluss (intern und extern zum Kunden)
- Effiziente Prozessstrukturen, angepasst an die Kundenanforderungen im After Sales
- Die richtigen KPI's zur Messung der IST Situation, um auf Veränderungen Zeitnah zu reagieren
- Teileverfügbarkeit zum erwarteten Liefertermin
- Hohe Datenqualität
- Verknüpfung von Produktions- und Logistikprozessen mit modernen Informations- und Kommunikationstechnologien
- Digitale Werkzeuge zur Unterstützung der Kommunikation mit dem Kunden

Unternehmen, die diesen komplexen Sachverhalt für sich lösen können, haben letztendlich einen strategischen und nachhaltigen Wettbewerbsvorteil. Kunden wechseln seltener und akzeptieren zusätzlich höhere Verkaufspreise da das Gesamtpaket stimmig ist und die Erwartungen erfüllt werden.

Höhere und stabilere Einkaufsvolumen haben wiederum einen Vorteil im Bereich Supply Chain. Durch erhöhte Einkaufsvolumen sind bessere Einkaufskonditionen durchsetzbar und Lieferanten sind eher bereit auf Forderungen wie eigene Lagerhaltung oder Vorarbeiten einzugehen.

Die Mitarbeiterzufriedenheit steigt durch weniger Kundenreklamationen und effektiveres Arbeiten.

Bei einer durchgängigen Umsetzung ergibt sich dadurch als zusätzlicher Effekt ein höherer Umsatz pro Mitarbeiter.

Willemsen & Dr. Scholl stehen interessierten Unternehmen gerne für tiefere Diskussionen zu diesem Thema zur Verfügung.

<p>WILLEMSSEN &amp; DR. SCHOLL INTERIM MANAGEMENT &amp; CONSULTING</p> <p>Kontakt: <a href="mailto:kontakt@im-con.de">kontakt@im-con.de</a> Web: <a href="http://www.im-con.de">www.im-con.de</a></p>	
---	---