

KOSTNADSSÄNKNING FRAMFÖR PRISHÖJNING, SNABBASTE VÄGEN TILL ÖKAD LÖNSAMHET

SEGERLUND
ADVISORY

Om ert företag inte enbart arbetar med välgörenhet så bör målet vara att förbättra lönsamheten och tjäna pengar. Det är inget konstigt med det, men ändå glömmer många företagsledare bort det mest fundamentala när det kommer till företagande. Nämligen att lönsamhet = intäkter – kostnader.

Inköpskostnader äter upp så mycket som 60-70% av ett företags intäkter. Med den informationen bör det vara prioriterat bland ekonomichefer och verkställande direktörer att kontinuerligt fokusera på att hantera och optimera kostnadsbasen om företaget vill fortsätta vara framgångsrikt och konkurrenskraftigt på lång sikt.

Lönsamhet skapas genom att antingen öka intäkterna eller sänka kostnaderna. Men att öka intäkterna genom ökad försäljning är osäkert, utom företagets kontroll och kostar pengar, i motsats till att sänka kostnaderna som är säkert och inom företagets kontroll.

Hur räknar vi då ut hur mycket 1 krona i sänkta inköpskostnader motsvarar i intäkter? Jo, genom formeln nedan:

$$1/\text{vinstmarginal} = \text{motsvarande intäktsbelopp}$$

Tabellen nedan visar hur mycket intäkterna behöver öka givet företagets vinstmarginal för att motsvara 1 krona i sänkta inköpskostnader:

Nettovinstmarginal	Motsvarande intäkter
1%	100 kr
2%	50 kr
5%	20 kr
10%	10 kr
15%	7 kr
20%	5 kr

Det innebär att även väldigt lönsamma företag kan välja mellan att sänka sina inköpskostnader med 1 krona eller försöka öka intäkterna med 7 kr.

Med tanke på den uppenbara fördelen med ett kostnadsfokus, varför är det då inte en prioritet hos många företag förrän intäkterna kraftigt sjunker eller när marknadsandelar går förlorade och man i panik lanserar det ena kortsiktiga kostnadsbesparingspaketet efter det andra, börja med de anställda? Jo, för att man förmodligen inte förstår sig på hur, när och varför kostnader i leveranskedjan uppstår.

Förstår man sig inte på sina inköpskostnader så vet man heller inte hur de hållbart kan sänkas och det är i stort sett omöjligt att hantera något man inte förstår sig på.

Vad företaget behöver är strukturerade, genomtänkta, begripliga och implementerbara strategier för att förstå sig på och sänka sina inköpskostnader.

Det är inte alltid enkelt, utan kan kräva nya arbetssätt och prioriteringar från företagsledningen, men är en nödvändig förändring om företaget ska fortsätta vara framgångsrikt och konkurrenskraftigt.

Så, är du en företagsledare som anser att ditt jobb är att leverera en "wow-känsla" med kortsiktiga resultat och ämnar lämna företaget innan det går utför? Eller är du beredd att fokusera på båda variablerna i lönsamhetsekvationen och bygga långsiktigt värde för dina aktieägare?

VILL NI VETA MER?

Tycker du att ämnet är intressant och vill veta mer om hur Segerlund Advisory kan hjälpa ert företag, så kontakta gärna oss genom att [**klicka här**](#). Vi är angelägna att höra om er situation och diskutera hur vi kan arbeta tillsammans för att skapa värde genom inköp.

SEGERLUND
ADVISORY