

FEM VIKTIGA BYGGSTENAR FÖR FRAMGÅNGSRIKA PARTNERSKAP

Ett nära och fungerande samarbete med strategiskt viktiga leverantörer i form av partnerskap är en förutsättning för ökad konkurrenskraft och värdeskapande. Vikten av samarbeten i leveranskedjan är välkänd och ordet "partnerskap" har blivit ett trendigt ord att använda idag när man pratar om viktiga leverantörer. Men är det verkligen ett partnerskap man ska ha? Om Ja, hur skapar man förutsättningar för ett framgångsrikt partnerskap?

Att lyckas med ett partnerskap kräver hårt arbete och det behövas en kulturförändring och en ny attityd till hur man ser på och arbetar med sina leverantörer. Det är inte sällan organisationer kommunicerar att man har ett partnerskap men beteendet visar på det motsatta och tyder på en ren transaktionsbaserad relation. Till skillnad från det nollsummespel inköp ofta bedriver mot mindre strategiska leverantörer där ena parten "vinner" på bekostnad av den andra parten så är målet med ett partnerskap att båda parterna ska vinna utan att det ska kosta för den andra parten. För att lyckas med detta behöver en stark grund med fem fundamentala byggstenar finnas; Drivkrafter till partnerskapet, En gemensam vision, Regler kring förväntat beteende, Målsättningar och resultat, En autonom och insiktsbaserad styrmodell.

Drivkrafter till ett partnerskap

Varför misslyckas så många partnerskap att leverera värde? Oftast är det för att man inte skulle haft ett partnerskap till att börja med och det var dömt att misslyckas redan från början. Partnerskap är kostsamma. Det är många resurser iblandande, det kräver extra kommunikation, koordinering, öppenhet och riskdelning. För att rättfärdiga ett partnerskap ska det finnas starka drivkrafter och en övertygelse hos både köpare och säljare att ett partnerskap genererar större värde för bägge parter än vad de skulle kunna generera själva.

Skapa en gemensam vision

För ett framgångsrikt partnerskap måste båda parter se till ett högre syfte än enbart ett antal transaktioner och genom att skapa en framtida gemensam vision för partnerskapet skapas förutsättningar för att lyckas med det. Det hjälper till med att flytta fokus, energi och arbete från varandra till att arbete tillsammans mot en gemensam målbild. Parterna måste tillsammans diskutera och komma överens om vad som definierar ett partnerskap. Det är ovanligt att man har olika syn och definition kring vad ett partnerskap och dess aktiviteter innebär, framförallt om parterna har olika nationella ursprung.

Regler för förväntat beteende

Ett av de största misstagen organisationer gör är att inte ta sig tid att dokumentera och komma överens om vilka förväntningar man har på hur man förväntas bete sig i partnerskapet. Det kan gälla lojalitet, integritet, ärlighet, öppenhet, likabehandling, ömsesidighet m.m. Likt definitionen av partnerskap, från ovan, kan respektive punkt betyda olika för respektive part och behöver därför diskuteras, specificeras och dokumenteras gemensamt. När vardera parten enas om de principer och regler som ska styra beteende inom partnerskapet skapas en fundamental grundbult i ett partnerskap som är byggt på tillit och respekt, en förutsättning för framgångsrika samarbeten.

Vad vill vi uppnå?

Även om man kommer överens om en gemensam vision har ofta parterna olika drivkrafter bakom ett partnerskap och de resultat som vill uppnås. Därför måste parterna tillsammans dokumentera, beskriva och komma överens om specifika, realistiska och mätbara mål för partnerskapet.

Autonom styrmodell

Genom en autonom och insiktsbaderas styrningsmodell för partnerskapet ökar möjligheterna till framgångsrika resultat markant. Fokus ska ligga på insikt i hur samarbetet fungerar istället för att kontrollera den andra parten, med problemlösning och hur nya möjligheter ska tas tillvara som aktiviteter. För att säkerställa en flexibel och autonom styrningsmodell bör alla beröringspunkter i respektive organisation lösa problem och diskutera möjligheter i små enheter om två och två s.k. "two-in-a-box".

För inköpsorganisationer som vill lyfta sig ytterligare i sin strävan att skapa värde för sin organisation är leverantörspartnerskap inte längre något bra att ha. Nya tillvägagångssätt är ett måste för att bibehålla och stärka organisationens konkurrenskraft genom nära samarbeten och en gemensam strävan efter nytt värdeskapande.

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