

## Blog

# Reducér dit lager og øg din leveringsevne

af Anders Hesdam |  2. maj 2024[← Tilbage til inspirationssiden](#)

## En historie fra den virkelige indkøbsverden.

Forleden sad jeg til møde med Indkøbschefen i en stor dansk handelsvirksomhed. Virksomheden omsætter for mere end 1 mia. kr., og få dage forinden havde følgende samtale fundet sted mellem den Administrerende Direktør og Indkøbschefen:

**Direktør: "Vi skal sænke vores lagerværdi og forbedre vores leveringsevne mod kunderne."**

**Logistikchef: "Men det er jo et paradoks."**

**Direktør: "Ja, men det er dit paradoks."**

Samtalen er ikke usædvanlig. Tværtimod. Overalt kæmper heroiske Indkøbschefer med at holde deres virksomhed sund, **og sikre kerneforretningen**. De står på midten af en balance, og balancerer varelager og virksomhedens evne til at levere. Men de står også i et spændingsfelt mellem stærke operationelle og kommercielle interesser.



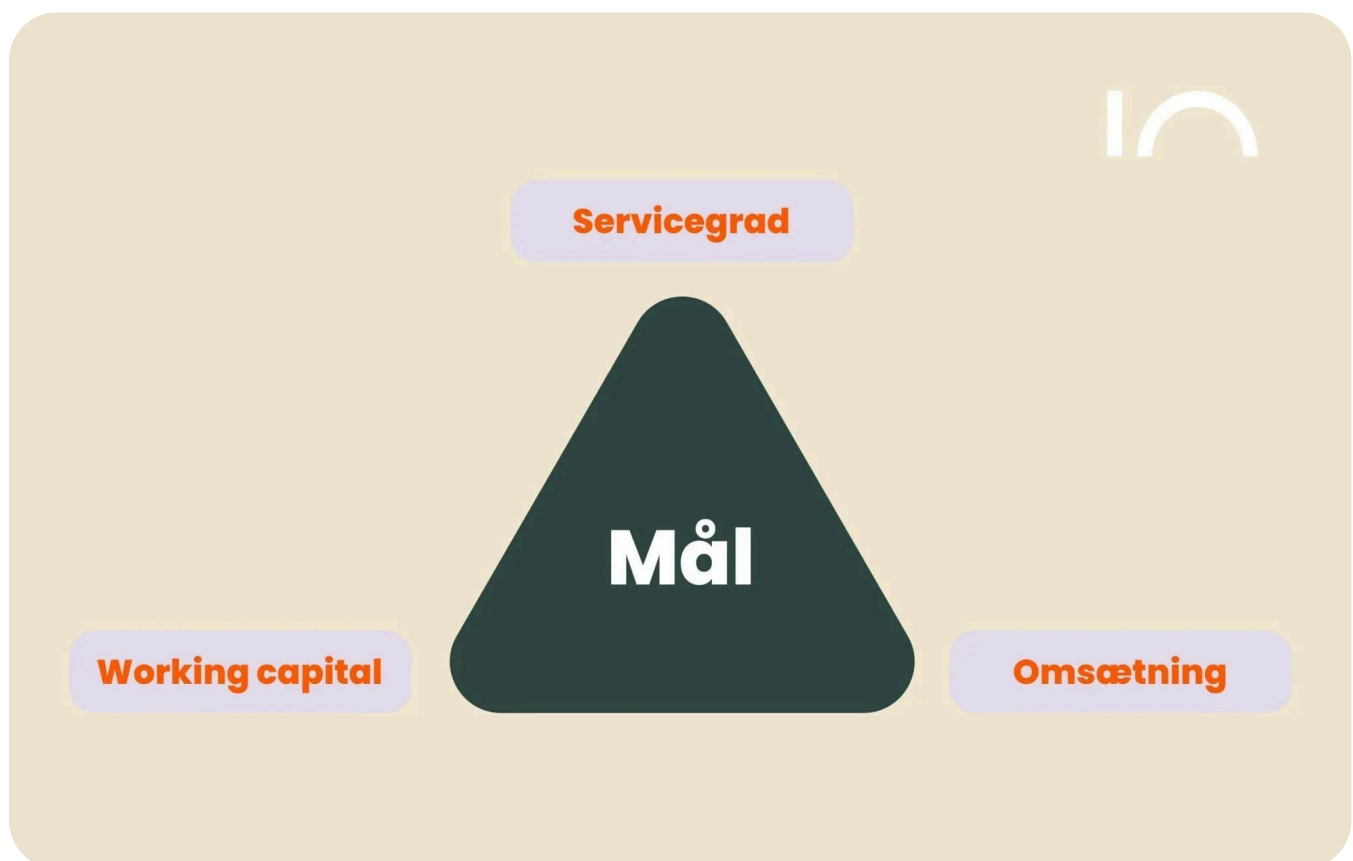
## Hvordan angriber man paradokset?

Indkøbschefen og jeg nåede hurtigt frem til at det er enøjlet kun at vurdere deres interne Indkøb på varelagerets størrelse, fordi varelageret bør ses i forhold til omsætningen.

**Konklusion:** Varelagerets omsætningshastighed er et bedre pejlemærke, da det udtrykker forholdet mellem varelager og omsætning.

Omsætningshastigheden fortæller virksomheden hvor – dvs på hvilke varenumre – de har investeret i varelager, og hvor hurtigt investeringen kommer igen.

Omsætningshastigheden handler altså om at træffe eksplicitte valg omkring virksomhedens ønskede servicegrad (leveringsevne), working capital (lagerbinding) og omsætning.



## Brug data til at træffe “de rigtige valg”

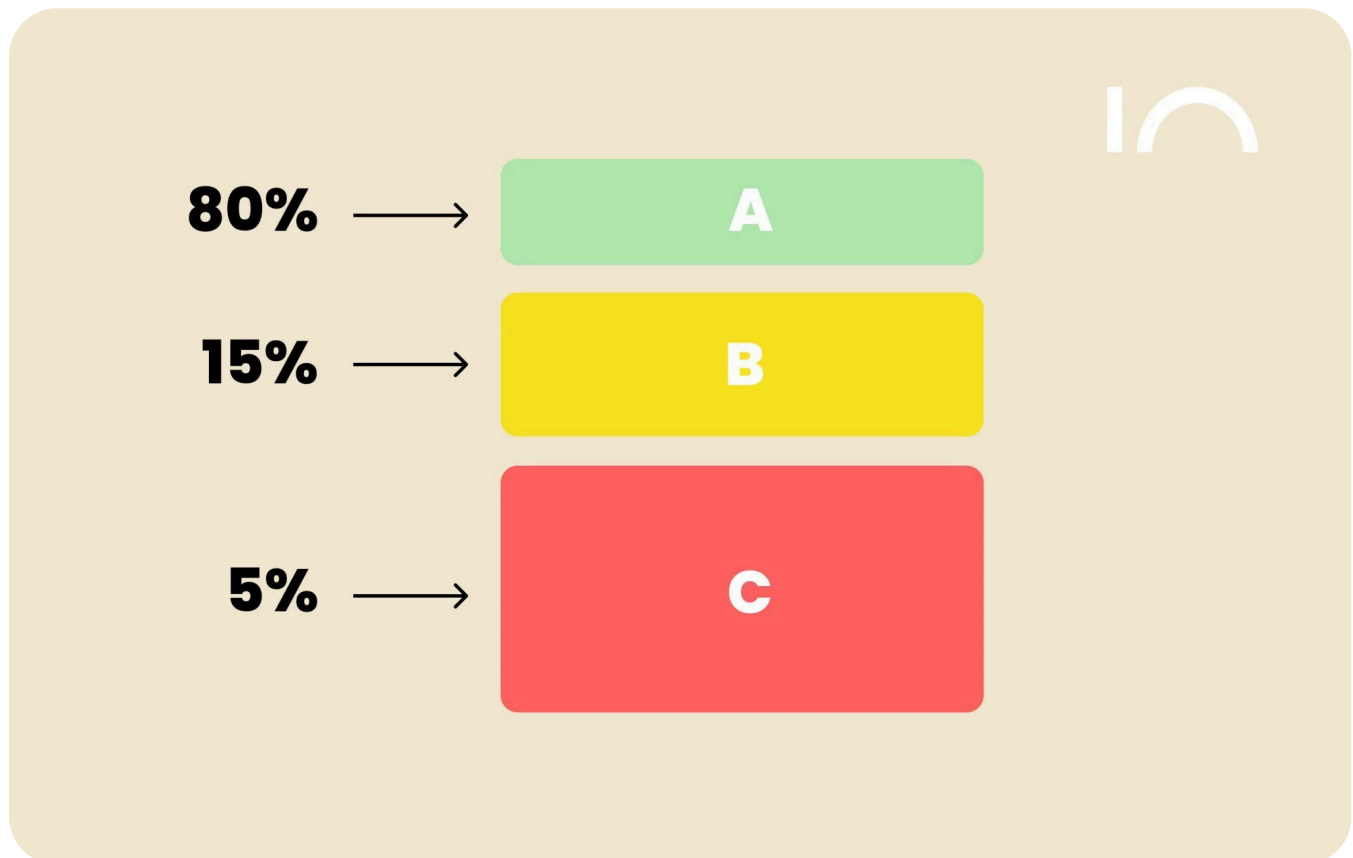
Udfordringen for mange virksomheder er, at de **ikke har gennemsigtighed** og **indblik i data** til at træffe de eksplicitte valg, og **lagerbeholdning placeres tilfældigt på varenumre** som bevæger sig langsomt – dermed falder omsætningshastighed.

Med en klassisk dobbelt ABC-analyse bliver det tydeligt på hvilke varer, virksomheden bør investere i et stort varelager, og hvor virksomheden skal investere i et lille varelager, for at opnå den optimale omsætningshastighed på hele varelageret.

## Enkelt ABC-kategorisering først

I en ABC-kategorisering deles produkter op i tre kategorier alt efter, hvor godt de performer. Produkterne deles op efter 80/15/5 fordelingen. Kigger man på omsætning betyder det, at:

- A-varer udgør 80 % af din omsætning (selvom du kun har få)
- B-varer står for 15 % af din omsætning
- C-varer er ansvarlige for de sidste 5 % (selvom der er mange af dem!)



ABC-kategoriseringen giver dig et sprog, der sagligt og matematisk gør dig i stand til at tale om **hvilke varer, der er vigtigere end andre**.

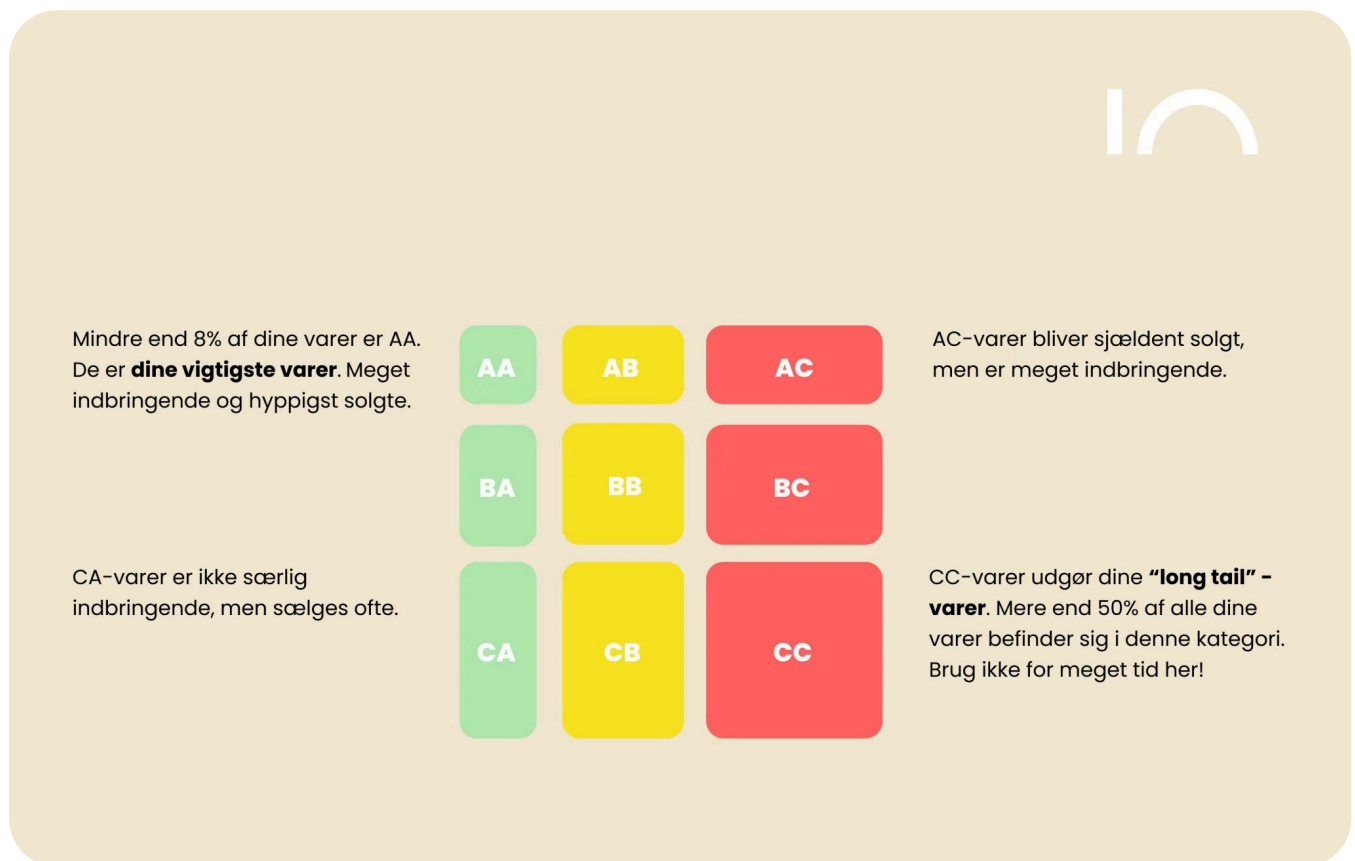
Når en vare har fået mærkaten "A", kan det pludselig forsvares, at der bruges mere tid på denne i forhold til en C-vare. Dvs. kender både du og dine kollegaer betydningen af A, B og C, bliver det lettere at prioritere i hverdagen og sætte regler op, der sikrer, at alle arbejder med det, der skaber mest værdi.

## Den vigtige Dobbelt-ABC kategorisering

En enkelt ABC-kategorisering giver dig et øjebliksbillede baseret på en enkel parameter, f.eks. omsætning.

Dog er det sjældent nok at vurdere en vare på en enkel parameter. **To varer kan f.eks. sagtens omsætte for det samme, men have vidt forskellig adfærd.**

For at få et bedre overblik bør du vurdere en vare på mindst 2 parametre: Pluk og omsætning. Dette gøres ved at lave to enkelte ABC-kategoriseringer og kombinere dem, så du får en dobbelt ABC-kategorisering.



- **AA** er de mest profitable varer, der sælges hyppigst.
- **CC** er de mindst profitable varer, som sælges sjældent.
- **AC** er profitable varer, der sælges sjældent (og ofte uregelmæssigt).
- **CA** er varer, der sælges hele tiden, men som ikke generer den store omsætning

## Fokuser på de varer, der betyder noget!



Dine AA varer udgør mindre end 8% af din vareportefølje, men står for 50% af din omsætning (og nogen gange mere!)

- Hold godt øje med dine AA varer, herved sikrer du din kerneforretning
- Brug ABC-kategoriseringen til at udvikle Indkøbspolitikker og Indkøbsforslag
- Sørg for at dine indkøbere kender betydningen af disse varer – det betaler sig!

← [Tilbage til inspirationssiden](#)

### Vil du gerne lære mere?

Vores evangelist, Anders, tilbyder gratis undervisning i differentieret styring, segmentering, complexity management og ABC-analyse – med en særlig styrke for formidling.

Få besøg af Anders

Del



# inact



CVR 26360714

For kunder

[Support@inact.io](mailto:Support@inact.io)

11/08/2025, 15:00

Reducér dit lager og øg din leveringsevne

Rued Langgaards Vej 7, 5C, 2300

København S

sales@inact.io

+45 7020 2668

Inact help

Cookie- og privatlivspolitik

Inspiration

