

Blog

De 5 fejlsikre trin til en superoptimeret supply chain

af Anders Hesdam |  3. maj 2024[← Tilbage til inspirationssiden](#)

Din forsyningskæde er vejen til profitabel vækst. Målet er en markant lavere lagerbinding, høj servicegrad mod kunderne og agilitet i forhold til markedets udvikling. Vi giver dig de 5 fejlsikre trin til en superoptimeret supply chain. Det eneste du skal gøre, er at læse med.

I den superoptimerede supply chain arbejder virksomheden tæt sammen på tværs af siloer, og med leverandører og kunder. Vi har udarbejdet en 5-trins model, på baggrund af +150 implementeringsforløb, der skitserer og gennemgår de forskellige modenhedsfaser en virksomhed gennemgår på vej mod den superoptimerede supply chain.

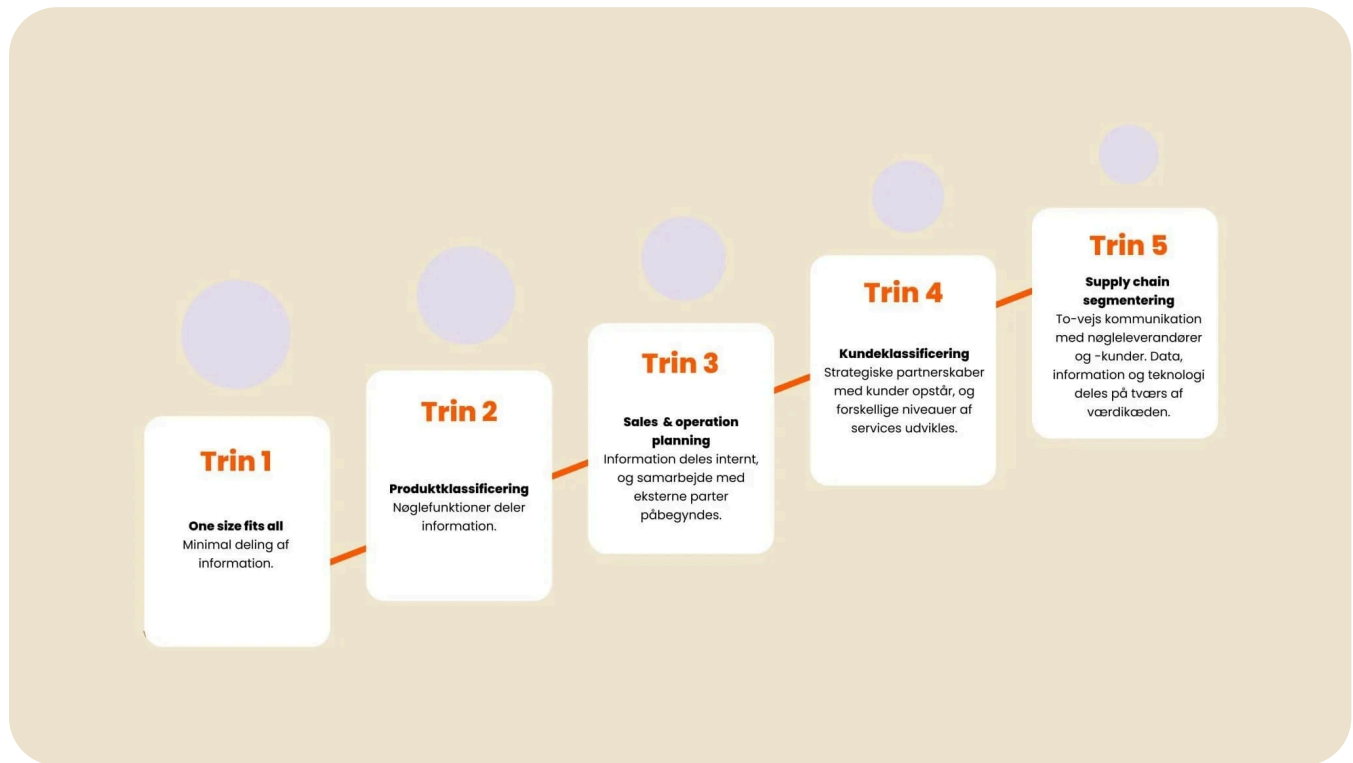
Det er vores erfaring, at **de fleste virksomheder går i stå på trin 2**, produktlønsomhed & leverandørsamarbejde, da de mangler vilje og værktøjer til at komme videre.



5 supply chain udviklingstrin mod modenhed

De 5 trin i modellen beskriver virksomhedens strategiske og operationelle modenhed på tværs af de klassiske siloer: salg, indkøb og logistik. Trin 1-3 kigger primært bagud i kæden, hvorimod trin 4-5 også involverer kunder og højere kompleksitet.

– Man kan hurtigt reagere på markedsændringer, hvis der er gennemsigtighed i ens forsyningskæde.



Trin 1: Silotænkning & fravær af fakta

Virksomheder på **trin 1** fokuserer på toplinevækst og forsyningssikkerhed. De arbejder ud fra teorien om at alle varer og kunder er lige vigtige, og out-of-stock får bølgerne til at gå højt.

Som konsekvens opererer man med et unødvendigt højt varelager og en lav omsætningshastighed.

Beslutninger træffes oftere på baggrund af mavefornemmelser end data.

Virksomhedens data bruges ikke strategisk, og både ledelse og medarbejdere arbejder uden et fælles besluthningsgrundlag.

Silotænkning er udbredt: salg, indkøb og logistik, opererer hver for sig og prøver at optimere deres egne KPI'er.



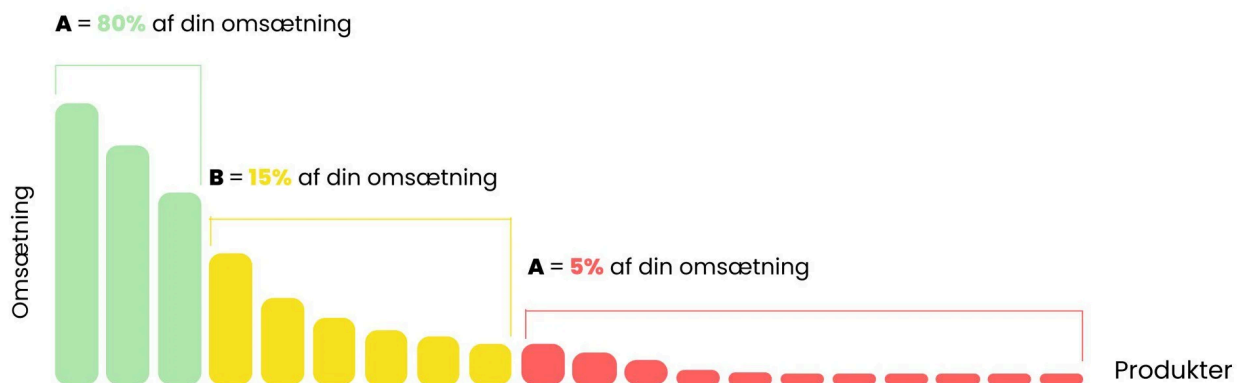
Virksomhedens ledere og medarbejdere er ikke klar over, at siloerne modarbejder hinanden og på den måde begrænser virksomhedens muligheder for succes. I denne fase mangler organisationen et fælles sprog og en erkendelse af at forandringer er nødvendige.

Trin 2: Produktlønsomhed & leverandørsamarbejde

Springet fra trin 1 til 2 sker når virksomheden erkender at deres vækst ikke nødvendigvis er profitabel. De har også erkendt nødvendigheden af at kunne servicere markedet differentieret, f.eks. er nogle produkter vigtigere end andre – og nogle kunder er vigtigere end andre. Virksomheden arbejder på dette stadie med deres data, og bruger den nye indsigt til at skabe et fælles sprog på tværs af afdelinger.

På **trin 2** er der primært fokus på analyse af produktlønsomhed.

Virksomheden erfarer at **kun 20% af varerne** af deres varer genererer **80% af omsætningen** – og begynder at forme deres arbejdsgange derefter.



På trin 2 begynder virksomheder at arbejde struktureret med analytics, og identificerer deres vigtigste varer (AA) og deres mindre vigtige varer.

Læs mere: ABC-kategorisering: sådan får du overblik

Med ledelsens opbakning etableres et strategisk besluthingsgrundlag og et fælles sprog, klæder indkøb- og logistikfunktion på til at træffe beslutninger der er til virksomhedens bedste. Herefter starter "oprydningen" i den eksisterende supply chain:

1. Produkter der primært bidrager med "støj" og kompleksitet fjernes fra varesortimentet
2. Virksomheden definerer spilleregler der sikrer en sund balance i varelageret, og tilgodeser både forsyningssikkerhed og lagerbinding.

Samarbejdet med leverandørerne systematiseres

På trin 2 tager samarbejde og forhandling med leverandører udgangspunkt i den differentierede tilgang (AA varer er vigtigere end CC varer). Målet er at aftale- og leveringsvilkår afspejler virksomhedens egne prioriteter.

Små justeringer i de største leverandørkontrakter kan aflæses direkte på bundlinjen.

Alle forandringer skal forankres i toppen, og ledelsen skal understøtte den nye forståelse af at noget er vigtige end andet. Hvis ikke ledelsen er moden til at træffe de svære beslutninger, er virksomheden ikke på trin 2.

Trin 3: Salg & Supply Chain

På **trin 3** bygger virksomheden bro mellem salg og supply chain, og der opstår en fælles dagsorden.

Det er en stor opgave af forene de to verdener – den kommercielle og den operationelle – som traditionelt set er drevet af meget forskellige mål og persontyper.

Denne fase handler i høj grad om mennesker, fælles prioriteringer (ABC sproget) og forandringsledelse.

Sekundært om analyse. Dog kræver det fakta at skabe et fælles verdensbillede og herefter planlægge og systematiserer rutiner og processer, som sikrer at virksomhedens supply chain er – så vidt muligt – på forkant med efterspørgslen og kundernes bevægelse i markedet.

Virksomhederne forud for fase tre, er ofte reaktive og på bagkant med efterspørgslen.

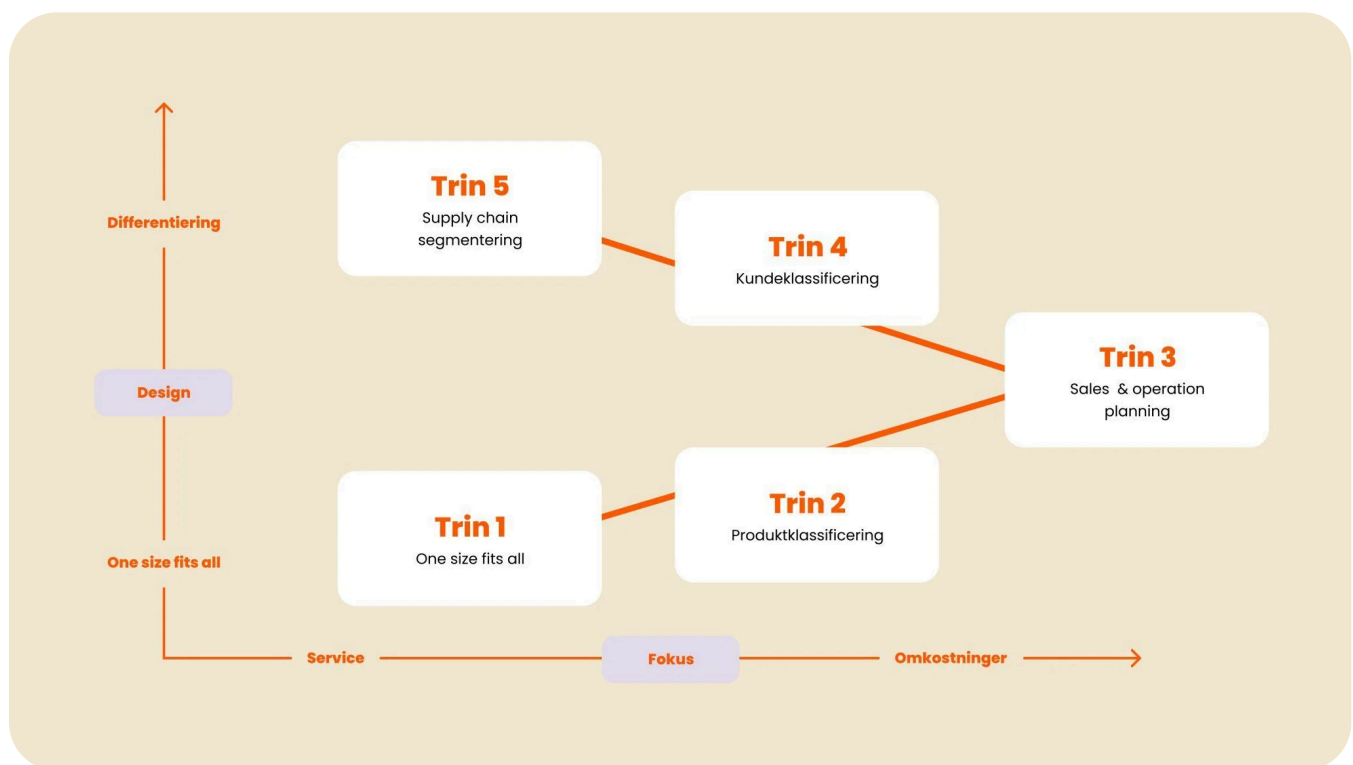
Formålet med den tværgående S&OP proces er at knytte en tættere forbindelse mellem dem, der kender kunderne bedst (salg) og dem, som er ansvarlige for lancen (supply chain).

Trin 4: Kundelønsomhed

På **trin 4** er virksomheden klar til at tage fat i analyser af kunderne, og kundernes profitabilitet.

Mange virksomheder servicerer kunder, der reelt giver underskud. De ved det bare ikke. Med det gode datagrundlag, der viser lønsomheden sort på hvidt, får virksomheden et stærkt grundlag for at prioritere kunderne og for at genforhandle kontrakter.

Rejsen mod den superoptimerede supply chain



Trin 5: Den superoptimeret supply chain

I den superoptimerede supply chain arbejder alle enheder i virksomheden tæt sammen på tværs af interne siloer og med leverandører samt kunder. Målet er at levere en sublim service, på en profitabel og ansvarlig måde.

På **trin 5** baseres forhandlinger, med både leverandører og kunder, på en gensidig interesse i at udvikle og styrke hinandens forretning.

fremmer styrkerne og reducerer svaghederne i "den store værdikæde", som både kunde og leverandør er en del af.

Tætheden giver virksomhederne en sund forretning med en stabil leveringsevne.

Parallelle forløb i din supply chain

På **trin 5** begynder virksomheden at arbejde med segmentering af forsyningskæden, så den reelt skaber flere forsyningskæder med forskellige servicegrader. Alle kunder har ikke behov for det samme serviceniveau eller den samme opmærksomhed.

1. Nogle kunder ønsker en stabil forsyning af ensartede ordrer, der bliver leveret i én forsendelse én gang om måneden.
2. Andre har behov for hyppigere leveringer, der skal pakkes og mærkes forskelligt og leveres til forskellige adresser

Kunsten er at mestre de mange mindre supply chains i en.

← [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



Inact ApS

CVR 26360714

Rued Langgaards Vej 7, 5C, 2300
København S

sales@inact.io

+45 7020 2668

For kunder

Support@inact.io

[Inact help](#)

[Cookie- og privatlivspolitik](#)

[Inspiration](#)

