

Vijf tips voor omgang met leveranciers

Het Informatiemanagement en Functioneel Beheer staat sterk in de belangstelling en er is inmiddels veel ervaring opgebouwd in de uitvoering en inrichting ervan. Ook de wijze waarop leverancierssturing plaatsvindt krijgt steeds meer aandacht. In de vorige editie van dit vakblad is deze ontwikkeling geplaatst in het kader van het groeimodel van functioneel beheer [Backer, van der Pols, Functioneel Beheer Magazine januari 2008].

Onderstaand wordt vanuit de praktijk een aantal tips aangedragen specifiek voor de omgang met leveranciers. Onder het begrip “leverancierssturing” vallen alle samenhangende activiteiten, die binnen het kader van het BiSL-model plaatsvinden binnen de processen ‘leveranciersmanagement’, ‘contractmanagement’, ‘specificeren’ en ‘operationele ICT-aansturing’.

Tip 1. Bepaal wat je zoekt.

Dit lijkt een open deur. De ervaring leert echter dat veel organisaties hun echte businessbehoeften niet kennen aan het begin van een contract-proces of leveranciersselectieproces. Vaak heeft men wel een visie of oplossingsrichting voor ogen. Even zo vaak blijkt dat niet voldoende. Juist door de verzakelijking van de relatie van opdrachtgever met ICT-leverancier geldt dat wat men vraagt ook hetgeen is wat men krijgt. Goede vraagstelling is dus essentieel. Om gevoel te krijgen op de echte behoeften is een vertrekpunt vanuit “hier en nu” het meest praktisch en concreet:

Welke functionaliteit gebruik ik nu en wat kost me dat?

Wat werkt (niet) prettig, wat is (on-)voldoende en wat behoeft (geen) verbetering?

Wat voor concrete veranderingsbehoeften spelen in de toekomst?

Tip 2. Maak wat proefritten

Dat wat men vooraf vraagt is meestal niet wat men uiteindelijk wil hebben. Dit geldt ook bij het kopen van een huis of een auto. Wat men vraagt blijkt vaak te duur, te ambitieus, te risicovol, etc. Kopen van iets belangrijks is een zoekproces met leer- en ervaringsmomenten. Het is belangrijk om jezelf de ruimte te geven deze momenten te benutten. Een proefrit zegt meer dan 100 folders, ga eens kijken bij de burens, vraag naar hun concrete praktijkervarin-

gen zijn, voer een kleine pilot uit om de ervaringen te zien of vraag om een iets verder uitgewerkte oplossing op papier die meer zicht geeft op de concreet werkende situatie.

Tip 3. stuur slim

Slim sturen is vooral bedenken, waar je als klant niet op wilt sturen. In sommige organisaties bestaat de neiging om het delivery-proces van de leverancier van voor tot achter te willen sturen. De vraag is wat men daarmee denkt te bereiken. Als het al lukt om van buitenaf te sturen dan nog is het de vraag in hoeverre het wenselijk is om de verantwoordelijkheid voor het leveringsproces van de leverancier over te nemen. Voor de relatie is een dergelijk motie van wantrouwen meestal niet zo gunstig. Belangrijker is het om de energie te besteden aan het maken van harde afspraken over de output, de kwaliteitskenmerken waaronder de kosten en de condities waaronder de acceptatie van de leverantie plaats gaat vinden. In de beperking toont zich de meester!

Tip 4. Maak brede afspraken

Het belangrijkste onderdeel in een klant leveranciers relatie is de relatie zelf. Aandacht is nodig voor de omgangsnormen

en de wederzijdse verwachtingen. Voor het gevoel hoe men elkaar behandelt. Zowel vanuit klant als leverancier moet men zich dit realiseren. Het kennen van de eigen normen en de vertaling hiervan in de relatie en in het contract is belangrijk. Een prijsvechter heeft geen ruimte om mee te denken en klantgerichtheid kent zijn prijs. Weet dus wat je nodig hebt en wat de leverancier kan bieden en maak daarover afspraken.

Tip 5. Take your time

Het proces van kopen is zelden een lineair proces. Dit betekent dat je dat proces tijd mag gunnen en vooral doorlooptijd mag accepteren. Het krijgen van het goede gevoel kost wel is waar tijd, maar dit levert voor de rest van het traject veel besparingen op. Het voorkomt dat je foute wegen inrijdt en terug moet keren. Het voorkomt verkeerde of onuitgesproken verwachtingen wederzijds. Een goede relatie kost minder wrijvingsenergie en levert meer op.

Neem dus je tijd en plan niet te strak. Streef naar de inrichting van een proces waarin ruimte is voor terugkoppeling en de ruimte om terug te komen op eerdere bevindingen.



Dr. Remko van der Pols

is directeur van The Lifecycle Company en auteur van verschillende boeken op het gebied van informatiemanagement en beheer. Hij is lid van de architecturaal board van de ASL-BiSL foundation en als docent verbonden aan diverse opleidingsinstituten. The Lifecycle Company is een organisatie die zich onder meer bezig houdt met de inrichting van functioneel beheer en informatiemanagement.