

LOKALE MARKTONTWIKKELINGEN VOLGEN

Henk Schiere is als senior strategic buyer bij Apollo Vredestein verantwoordelijk voor alle non product related (NPR) inkoop voor Nederland. De grondstoffeninkoop gebeurt vanuit het moederbedrijf in India. Schiere: "Wij ondersteunen alle vestigingen in Nederland met inkoopdiensten, maar het leeuwendeel concentreert zich rond onze productinvesting en R&D-locatie in Enschede. Dan moet je denken aan machines en het onderhoud daarop, engineeringdiensten en de inhuur van flexibel personeel."

Voor de ene productgroep is de inkoop internationaler dan de andere. "Machines kopen wij wereldwijd in, maar het onderhoud daarop laten wij vaak door lokale contractors uitvoeren. En ook de markt voor tijdelijk personeel is natuurlijk erg lokaal. Flexibiliteit is voor ons heel belangrijk, omdat wij in onze productie veel te maken hebben met pieken en dalen. Je wilt dan weten hoe de lokale arbeidsmarkt zich ontwikkelt, maar je wilt ook het onderhoud plannen op rustiger momenten."

Interne stakeholders informeren

Schiere gebruikt de informatie uit de PMI onder andere om de interne stakeholders te informeren. "Voor hen maak ik iedere maand een voor ons bedrijf relevante samenvatting met daarin de prijzen en levertijden van materialen, ontwikkelingen op de vaste en flexibele arbeidsmarkt, de beschikbaarheid van engineers en ander technisch personeel, et cetera."

Hierdoor komt inkoop eerder bij de business op het netvlies, merkt Schiere. "Wij hebben meerdere locaties en activiteiten. Niet voor alle afdelingen was het vanzelfsprekend om inkoop vroeg te betrekken. Nu is het zo dat de business bij contracten van een bepaalde omvang niet om ons heen kan, maar je wilt natuurlijk dat ze zo vroeg mogelijk bij je aankloppen. En niet alleen omdat het moet, maar omdat ze zien dat je toegevoegde waarde levert. Doordat mijn mail maandelijks bij mijn collega's in de mailbox terecht komt, groeit het bewustzijn bij hen dat wij echt kunnen helpen om betere contracten te krijgen. Je ziet bijvoorbeeld dat Marketing & Sales ons nu ook regelmatig inschakelt voor advies. En HR betreft ons niet alleen bij de inhuur van personeel, maar ook als ze opleidingen inkopen."

"De PMI is gewoon een goed instrument om vinger aan de pols te kunnen houden"



NEVI
Inkoopmanagersindex
(NEVI PMI)

Naam: Henk Schiere
Bedrijf: Apollo Vredestein
Sector: banden
Functie: Senior Strategic Buyer
Verantwoordelijk: alle NPR-inkoop voor Nederland

ANDERE GESPREKKEN MET LEVERANCIERS

Naast het informeren van interne stakeholders gebruikt Schiere de informatie uit de NEVI Purchasing Managers Index om gesprekken met leveranciers anders in te gaan, bijvoorbeeld op het moment dat hij ziet dat schaarste kan ontstaan. Schiere: "Een van de ontwikkelingen in ons bedrijf is dat we capex waar mogelijk willen omzetten in opex. Zo hebben we onze eigen engineersafdeling uitgekleeft en getransformeerd naar projectmanagementorganisatie. Het engineeringwerk zelf sourcen we in de markt."

"Dit betekent wel dat we steeds afhankelijker worden van leveranciers. Daarom is het nog belangrijker dat wij goed weten wat er in de markt gebeurt, zodat we daar vroegtijdig op kunnen inspelen. Als de vraag naar bepaalde technische diensten toeneemt en dus de beschikbaarheid afneemt, moeten we op zoek naar extra partners om toch een goede dekking te behouden. Bovendien vraag ik dan ook steviger door op wat leveranciers doen om ons toch goed te blijven bedienen. We starten inkooptrajecten dan ook eerder op, zodat we meer tijd hebben om een goed contract te maken."

Snel de juiste informatie

Schiere vindt het fijn dat NEVI PMI hem de juiste informatie biedt, zonder dat hij daar zelf een grote inspanning voor hoeft te leveren. "Natuurlijk kun je ook veel markt informatie online vinden, maar je moet je altijd afvragen wat de kwaliteit daarvan is. Bovendien kost dergelijk eigen research veel tijd. De PMI geeft een gedegen overzicht van de ontwikkeling in de Nederlandse industrie en de prijsontwikkelingen in een heel breed scala aan productgroepen. Daarnaast vind ik het redactionele commentaar van Arjan van Weele ook altijd erg nuttig. Al met al is het gewoon een goed instrument om een vinger aan de pols te houden."

Als hij dan toch één kritiekpunt moet geven, dan is het dat de 400 bedrijven die de data aanleveren anoniem zijn. Zij vormen een afspiegeling van de Nederlandse industrie, maar dat is toch wat vaag. "Ik zou wel graag willen weten hoeveel bedrijven zich op de inkoopcategorieën richten die ook voor ons interessant zijn en hoe groot het inkoopvolume van die bedrijven is. Want uiteindelijk bepaalt dat natuurlijk de echte waarde van dit instrument."