CASE STUDY

Optimierung von Ladenbaumaterial bei einem Non-Food-Discounter

Herausforderung
- Kosten- und Prozessoptimierung

Bearbeitetes Thema
- Indirect Spend

Branche
- Non-Food-Discounter

Ausgangssituation
- Unser Kunde bietet Non-Food-Artikel für das saisonale Aktionsgeschäft an, vor allem in den Bereichen Mode, Deko und Heimtextilien
- Mit rund 4.000 Filialen ist unser Kunde in fast ganz Europa vertreten. Aufgrund der Rebranding- und Expositionsstrategie ist der Bedarf an Ladenbaumaterial konstant hoch
- Aus diesem Grund haben wir uns zum Ziel gesetzt, ein Global Sourcing zu etablieren und die Beschaffungsstrategie im Hinblick auf zukünftige Expansionsgebiete zu optimieren. Darüber hinaus sollten die bisherige Einkaufsstrategie und die bestehende Vertragsgestaltung überprüft und die Kompetenz des aktuellen Dienstleisters bewertet werden

Methodik
- Schaffung von Transparenz durch Interviews & Workshops, Einkaufsdatenanalysen sowie Prozessanalysen
- Messebesuch und Lieferantenrecherche
- Datenstrukturierung und Ausschreibungen
- Lagerbegehung und Mustererstellung auf Basis von Referenzmustern
- Lieferantentag inkl. gemeinsamer Besichtigung von Mustern alternativer Lieferanten
- Erfolgreiche Verhandlung mit dem bestehenden Lieferanten und schrittweise Implementierung des besten Alternativlieferanten

Ergebnis & Kundennutzen

Warengruppenvolumen
nach erfolgreicher Verhandlung des Bestandslieferanten

-10%

Warengruppenvolumen
nach Aufschaltung des besten Alternativlieferanten

-27%

ERGEBNIS

- Signifikante Einsparungen
- Optimierung der Beschaffungskommunikation
- Koordination und Weiterentwicklung von Hauptlieferanten und Subunternehmern