

TARNIJATE KAASAMINE



Selle juhendi eesmärk

on jagada parimaid
praktikaid tarnijate
kaasamiseks

s.t anda juhiseid, kuidas
saada võimalikult palju
partnereid oma ettevõttega
elektroonilisi dokumente
vahetama.

Sisukord

- Milleks partnerite kaasamine?
 - Eeltingimused
 - Kuidas kaasata?
 - Analüüsimine
 - Planeerimine
 - Teostamine
 - Kasulikud materjalid
-

Miks on tarnijate kaasamine oluline?

Tarnijate kaasamine on EDI projekti kõige olulisem osa.

Ühe keskmiselt 40-realise arve käsitsi sisestamine ja käsitlemine võtab vähemalt 30 min, samas kui EDI teel saabunud dokumendi puhul kulub vaid paar minutit.

EDI hoiab oluliselt kokku aega dokumentide töötlemisel, tagab kiirema andmevahetuse ja vähem vigu. See muudab nii teie ettevõtte kui ka kogu tarneahela tõhusamaks.

EDIst saate suurimat kasu vaid siis, kui võimalikult paljud teie tarnijatest hakkavad tegelikult elektroonilisi dokumente saatma ja vastu võtma.

Seega tehniline võimekus on vaid eeltingimus, eduka EDI projekti jaoks peavad olema tarnijatega sõlmitud ka ärilised kokkulepped.

Eeltingimused edukaks tarnijate kaasamiseks

- **Tippjuhtkond toetab** projekti täielikult
- Projektil on **aktiivne omanik**, kellel on projekti juhtimiseks piisavalt ressursse (aega, raha) ja motivatsiooni
- **Töötajad on teadlikud** projekti **eesmärkidest** ja teavad, **miks EDI** rakendatakse
- Pilootfaas on olnud edukas:
 - **Tehniline lahendus** on paigas (testitud mõne partneriga)
 - **Sisemised protsessid on paigas**
 - **Töötajad on juhendatud** uue protsessi osas

Kuidas kaasata partnereid?

Partnerite kaasamine võib olla mahukas ja aeganõudev projekt. Selle õnnestumiseks on vaja piisavalt aega ettevalmistusteks (analüüs ja planeerimine).

Jagage projekt 3 etappi:

Analüüs: tarnijate segmenteerimine ja prioritiseerimine

Planeerimine: iga tarnija segmendi jaoks sõnum ja kommunikatsiooniplaani loomine ning eesmärkide seadmine

Teostamine: tarnijate teavitamine ja eesmärkide täitmine

1. TARNIJATE ANALÜÜSIMINE

Miks on analüüsi vaja?

Tarnijad pole võrdsed - neil on erinevad tehnilised võimekused, nende dokumentide maht varieerub jne. Kiirete tulemuste saamiseks on oluline keskenduda neile, kes loovad teile kõige rohkem tööd. Enne kaasamist peate teadma, kes need tarnijad on.

Analüüsi soovitud tulemus:

Tarnijad on jagatud **segmentideks** nende **tähtsuse** ja kaasamisega seotud **pingutuste** põhjal.

1. TARNIJATE ANALÜÜSIMINE

Järgmised küsimused aitavad segmenteerimisel:

- **Kui tihti tarnijaga dokumente vahetate?** Mida rohkem tarnija dokumente saadab, seda olulisem on tema kaasamine (reegel 20–80)
- **Mitu rida on ühes dokumendis?** Isegi kui tarnijal on väike dokumendimaht, võib ühe dokumendi töötlemine olla aeganõudev, kui sellel on palju ridu
- **Milline on täna tarnija tehnoloogiline võimekus (EDI, PDF, paber)?** Alustage nendest, kes juba teevad EDI teiste partneritega.
- **Kas tegemist on välis- või lokaalse tarnijaga?** Lokaalseid tarnijaid on tavaliselt lihtsam kaasata.
- **Kas kõik tarnijad on aktiivsed?** Puhasta andmebaas vanadest, mitteaktiivsetest tarnijatest.

1. TARNIJATE ANALÜÜSIMINE

Siin on üks näide segmenteerimise tulemusest:

Grupp A:

Tarnijad, kes on juba praegu
võimelised EDI-dokumente edastama

Grupp B:

Tarnijad, kes saadavad kõige rohkem
dokumente, kuid ei ole veel
EDI-võimelised

Grupp C:

Muud kohalikud tarnijad

Grupp D:

Muud välistarnijad

2. PLAAN ja eesmärgid

Kui tarnijad on segmenteeritud, peaksite looma plaani igale segmedile. Tähtsamate segmentide (näites A ja B) kaasamine peab olema prioriteet.

Planeerimisetapi soovitud tulemus:

Sõnum, suhtlusplaan ja adressaat on olemas igas tarnijarühmas.

2. PLAAN ja eesmärgid

Küsimused, mida läbi mõelda enne tarnijatele sõnumi loomist:

- **Milline on teie kaasamisstrateegia (opt-in vs opt-out)?**

NB! Sund ja selged tähtajad muudavad asja kiiremaks.

3 nippi, mida teised turul tegutsevad ettevõtted kaasamisel kasutavad:

- Andmesisestuse töötlemistasud (x eurot rea / dokumendi kohta, mis tuli sisestada käsitsi)
 - Selge tähtaeg (nt 2 kuud EDI-le üle minemiseks)
 - EDI määramine tarnelepingutes (ühe koostöö põhireeglina)
- **Millist kasu tarnijad saavad?** Et motiveerida tarnijaid EDIga alustama.
(Näiteks: töökindlus, turvalisus, kiiremad protsessid, EDI tellimused ...)

2. PLAAN ja eesmärgid

Küsimused, mida läbi mõelda:

- **Kui sageli peaksite teavitama?** Pigem üle- kui alakommunikatsioon. Ühest või isegi kahest sõnumist enamasti ei piisa.
- **Millal alustada?** Teavitage tarnijaid võimalikult varakult. EDI seadistamine võtab ka nende poolelt aega (nad peavad kavandama IT-ressursse, katsetama lahendust).
- **Milliseid kanaleid valida - meilid, kõned, kohtumised?** Mida tähtsam tarnija teie jaoks on, seda personaalsemat lähenemist tuleks kasutada.

Küsimused, mis tuleks eesmärkide seadmisel läbi mõelda:

- **Millise tulemusega olete rahul?** Kaasatud tarnijate osakaal, elektrooniliste dokumentide osakaal, säästetud aja osakaal ...

3. TEOSTUS - teavitage, jälgige edusamme

Nüüd, kui tarnijad on segmenteeritud, eesmärgid seatud, iga segmendi jaoks sõnum ja kommunikatsiooniplaan loodud, on aeg hakata plaani täitma.

See samm on kõige aeganõudvam.

PS! On mõistlik keskenduda ühele rühmale korraga, vastasel juhul peate korraga tegelema suure hulga päringute ja küsimustega.

Teostamise sammu soovitud tulemus:

Tarnijaid teavitatakse vastavalt kavale; eesmärgid saavutatakse iga segmendiga (EDI kasutatakse soovitud arvu tarnijatega, kindel maht dokumentidest liigub EDI kaudu, soovitud aja kokkuhoid jne)

3. TEOSTUS - teavitage, jälgige edusamme

Mõned näpunäited, mida meeles pidada:

- **Ärge arvake, et tarnijad hakkavad EDI-dokumente vahetama juba pärast esimest sõnumit. Teavitage neid mitu korda. Seadke tähtaegu!**
- **Jälgige edusamme regulaarselt.** Kas tarnijad saadavad EDI dokumente? Kas teie kauplused järgivad seda protsessi (saadavad EDI tellimusi)?
- **Vajadusel muutke sõnumit ja kanalit.** Alguses saab kasutada pehmemaid sõnumeid. Mida aeg edasi, seda veenvamaks ja nõudlikumaks peaks sõnumid muutuma.
- **Olge valmis suure hulga tarnijate päringute ja küsimuste haldamisel.** Koolitage oma töötajad eelnevalt välja, et nad oleksid valmis vastama.

3. TEOSTUS - teavitage, jälgige edusamme

Mõned näpunäited, mida meeles pidada:

- **Veenduge, et olete tarnijaga protsessid eelnevalt kokku leppinud.** EDI ei tohiks tegelikult teie äriprotsesse muuta (see on vaid infokanal), kuid enamasti toob EDI rakendamine välja ka mõned lüngad äriprotsessides.
Näiteks: mis juhtub, kui tarnitud kauba kogus on suurem / väiksem kui EDI-arvel märgitud.
Kas peaksite välja andma parandustellimuse? Kas nad peaksid väljastama uue (kreedit)arve?
Kas teie töötajad peaksid kauba tagastama?
- **Veenduge, et olete eelnevalt kokku leppinud tehnilistes aspektides.**
 - Kui teil on mingeid erilisi valideerimisreegleid (st vajate arvel tellimuse viitenumbrit), edastage see tarnijatele.
 - Ühildage tooteandmed tarnijaga (GTIN, tarnija koodid).
 - Ühildage tellimisühikud, min / max tellimiskogused ...

KOKKUVÕTE: Edukas tarnijate kaasamine 101

- 20-80 reegel. SEGMENTEERI!
- Korja madalal rippuvad puuviljad!
- Sunnimeetodid muudab asja kiiremaks
- KOMMUNIKATSIOON -
KOMMUNIKATSIOON -
KOMMUNIKATSIOON
- Mõõda tulemusi ja tähista
 edusamme

Kasulikud materjalid kaasamiseks

- Kaasamise näidiskirjad
 - EST, ENG, LAT
- Näidis kommunikatsiooniplaan
- Telema saab aidata:
 - Tarnijate segmenteerimine. Tarnijate tehniliste võimaluste kohta teabe pakkumine (nõudmisel)
 - Edusammude jälgimine ja EDI-dokumendiliikluse analüüsi pakkumine (nõudmisel)

○

Kui vajate lisateavet või abi tarnijate kaasamisel, võtke julgesti ühendust aadressil support@telema.com