

NUNATAK

DIGITAL GROWTH ADVISORS

# #REBOOT DIGITAL PROCUREMENT

DER WEG ZU EINEM EINKAUF DER  
NÄCHSTEN GENERATION

APRIL 2021

THE NUNATAK GROUP  
GMBH





Wie können wir den indirekten Einkauf effizienter gestalten?

→ **DIGITAL PROCUREMENT**

Unser Ansatz für Digital Procurement beantwortet die wichtigsten Fragen:

? Welche Stellschrauben im Einkauf können optimiert und digitalisiert werden?

? Wie sieht das Zielbild des (digitalen) Einkaufs der Zukunft aus?

? Welche Tools braucht es, um das Zielbild umzusetzen?

# AUSGANGSSITUATION Häufige Herausforderungen im Einkauf legen eine Optimierung der Beschaffung nahe



## ZEITINTENSIVE ROUTINEARBEITEN:

Wenig Zeit für Wertschöpfendes durch zeitintensive, wiederkehrende Aufgaben (Verbuchung von Beschaffungsanträgen, Katalogprüfungen, Lieferantensuche usw.)

→ **Die Entlastung der Einkäufer hat hohe Bedeutung**



## NICHTEINHALTUNG VON EINKAUFSREGULARIEN:

Hoher Prozessaufwand und Kosten durch Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen am Einkauf vorbei (hohe Maverick-Buying Quote)

→ **Die Etablierung nutzerzentrierter Prozesse als wichtiger Faktor**



## LANGE BESCHAFFUNGSZEIT:

Hoher Zeitaufwand durch manuelle Prozesse oder Unterstützung der Fachabteilungen bei der Beschaffung

→ **Prozesseffizienz als wichtiges Ziel**



## HOHE BESCHAFFUNGSKOSTEN:

Kostspieliger Beschaffungsprozess durch wenig digitalisierte Prozesse und fehlende Angebotstransparenz

→ **Die Senkung der Einkaufskosten hat für die Beschaffungsorganisationen stets hohe Priorität**

Unternehmen, die die digitale Transformation bereits gemeistert haben, profitieren von höherer Prozesseffizienz, niedrigeren Beschaffungskosten und allgemein einem besseren Preis-Leistungs-Verhältnis

# REBOOT POST-CORONA Die Pandemie hat den Transformations-Druck und die Relevanz des Einkaufs erhöht

**COVID-19 Fuels The Next Wave Of Change In Procurement**

Harvard Business Review

Feb 14, 2020, 11:22am EST | 11,107 views

Show Me The Money: How AI And Tech Can Solve Procurement Spend Challenges

SPONSOR CONTENT FROM WORKDAY

Make Your Organization More Resilient With High-Performance Sourcing and Procurement Technology

January 14, 2021

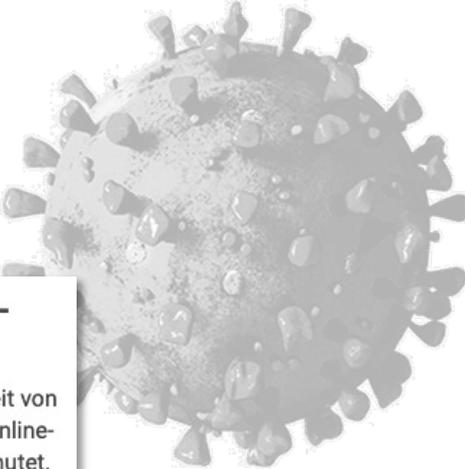
**Stetiges Wachstum im B2B-eCommerce - Umsätze ziehen mit**

(PresseBox) (Hamburg, 24.02.21) Durch die Entwicklungen in der Zeit von Corona ist die Bedeutung von Online-Shops und die Anbindung an Online-Marktplätze noch schneller und stärker angestiegen, als vorher vermutet.

February 23, 2021

**Contract Management for Procurement: Fueling Transformation and Streamlining Processes**

Die Covid-19-Pandemie befeuert bestehende Trends



→ Durch die Covid-19-Pandemie ist der Druck auf Unternehmen gewachsen, Arbeitsweisen im Einkauf zu digitalisieren

→ Der Einkauf kann einen wichtigen Beitrag zur finanziellen Stabilität und Risikominderung beitragen

→ Unternehmen können dies als Chance nutzen, Prozesse zu digitalisieren und somit Ausgaben zu senken und Lieferrisiken zu reduzieren

Es gilt auch den Einkauf den durch Covid-19 neu geschaffenen Rahmenbedingungen anzupassen und den Einkauf digitaler, effizienter und automatisierter zu gestalten! Handlungsdruck ist da

# TRENDS Technologischer Fortschritt verändert die drei Stufen des Kernprozesses

## SOURCE



- **Automatisierung von Sourcing und Verhandlungsaufgaben:** z.B. Einsatz von eAuctions und RFX-Sourcing über digitale Ausschreibungsplattformen
- **Einsatz von Smart Contracts:** abgesicherte Prozesse, transparente Kommunikation und Manipulationssicherheit
- **Automatisierte Datenanreicherung:** A.I.-getriebenes Anreichern von Metadaten

## PURCHASE



- **Einsatz von Chatbots:** Unterstützung beim automatisierten Guided Buying
- **Best Price Detection-Tools:** Marktrecherche und Lieferantenkontaktierung mittels A.I.-Anwendungen
- **Roboter gesteuerte Prozessautomatisierung (RPA):** z.B. des gesamten P2P-Prozesses, u.a. automatische Aktualisierungen im ERP-System oder automatisierte Bestellauslösung
- **Beschaffungsnetzwerke:** z.B. Anbindung von B2B-Marktplätzen

## MANAGE



- **Advanced Analytics-Anwendungen:** Steigerung der Transparenz und verbesserte Entscheidungsfindung z.B. mittels dynamischer Dashboards für Beschaffungs-KPIs, Empfehlungen zu Kosteneinsparungen oder Preisvorhersagen
- Weitere Anwendungen wie z.B. **vorausschauendes Lieferantenmanagement** (Mustererkennung reaktiv und predictive)

# MARKT Neben kompletten Procurement Suites weist der Markt eine Vielzahl an spezialisierten Anbietern aus

EXEMPLARISCH

## PROCUREMENT SUITES



### SOURCE

SUPPLIER MGMT

SOURCING

CONTRACTING



### PURCHASE

MARKETPLACE

PAYMENT



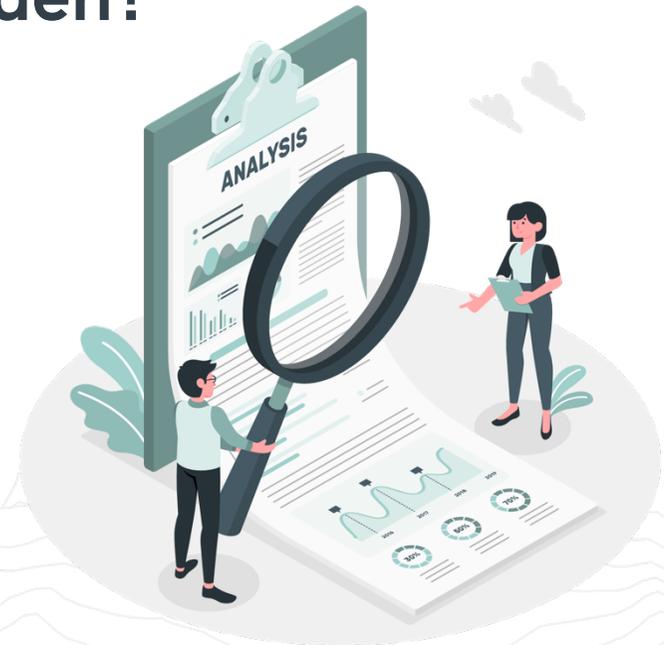
### MANAGE

ANALYTICS

➔ Gemäß der Tool-Set Anforderungen an Prozesse kann zwischen der strategischen Ausrichtung „Best-of-Suite“ vs. “Best-of-Breed“ gewählt werden

## 1 ANALYSEPHASE

Welche Stellschrauben im Einkauf können optimiert und digitalisiert werden?

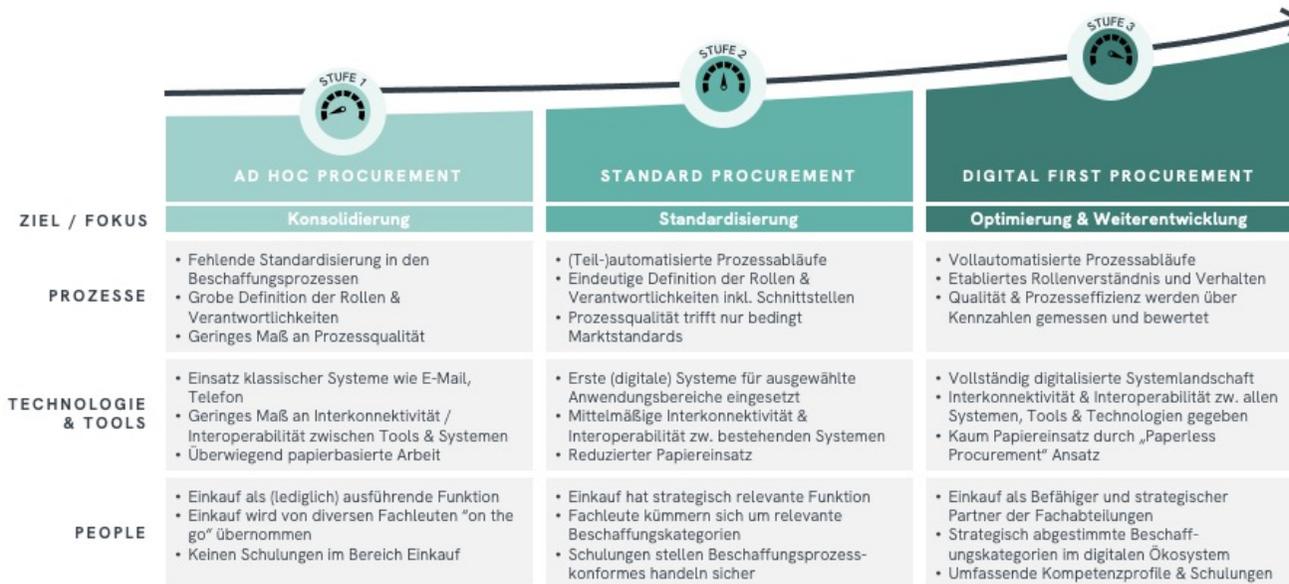


# 1 STATUS QUO ASSESSMENT Das Nunatak Reifegradmodell dient zur Abbildung des Status quo der Beschaffung



## BEISPIEL: NUNATAK PROCUREMENT REIFEGRADMODELL

BEISPIELHAFT



## ERGEBNISSE (AUSWAHL)



**Reifegrad** im Bereich des indirekten Einkaufs mit dem Nunatak Framework **analysiert**



**Gap Analyse** (inkl. Strukturen, Prozesse, Tools, Skills etc.) **durchgeführt**



**Learnings** aus Best Practice Organisationen **abgeleitet** und Relevanz bewertet

## 2 KONZEPTIONSPHASE

Wie sieht das Zielbild des (digitalen) Einkaufs der Zukunft aus?

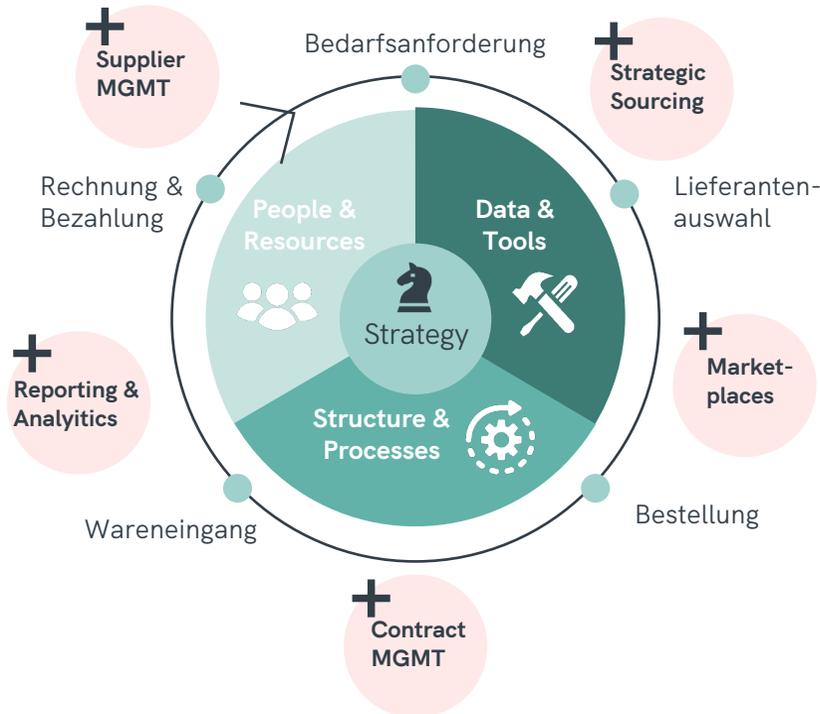


2

# KONZEPTION Das gesamtheitliche strategische Zielbild wird entlang der Unternehmensbedürfnisse entwickelt



## BEISPIEL: ZIELBILD FÜR DEN DIGITALEN EINKAUF



## ERGEBNISSE (AUSWAHL)

-  **Strategisches Zielbild** für den indirekten Einkauf definiert
-  **Tool-Setup Anforderungen** bestimmt
-  **Blueprint für künftige Strukturen** (insb. Schnittstellen) und Prozesse entwickelt
-  **Kompetenzprofile und Verantwortlichkeiten** definiert

### 3 UMSETZUNGSPHASE

Welche Tools braucht es, um das Zielbild umzusetzen?

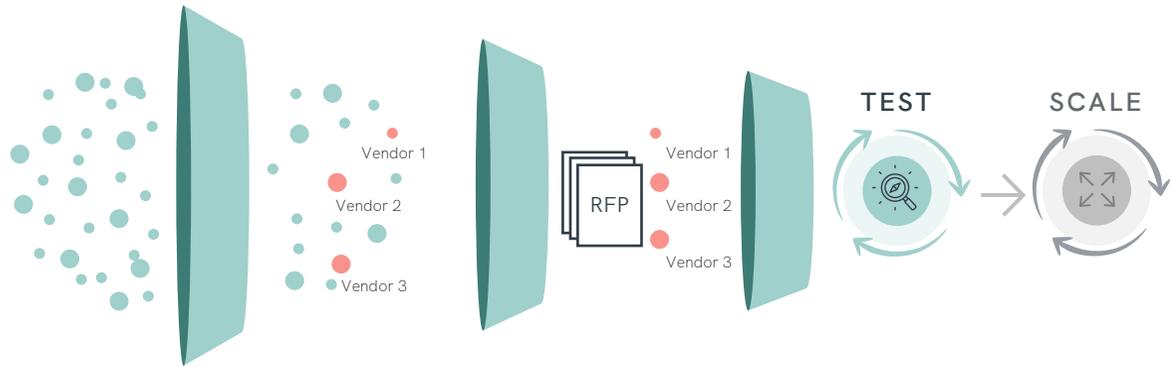


# 3 UMSETZUNG Nunatak unterstützt von der Vendoren-Auswahl bis hin zur Einführung neuer Tools



**BEISPIEL:**  
Vendoren-Selektion und Einführung des Tools

BEISPIELHAFT



**Vendoren Screening** anhand definiertem Kriterien-Funnel zur Erstellung einer Shortlist

**Vendoren Interviews** und Bewertung anhand von Sedcards

**Erstellung eines RFPs** inkl. umfassendem Anforderungskatalog, Begleitung der Verhandlungen

**Begleitung der technischen Umsetzung**  
**Testing und Feedback** anhand erster Nutzertests, Ableitung von Anpassungsbedarf

**Flächendeckender Rollout und Skalierung**  
**Change Management-Ansatz**, um Mitarbeiter gezielt abzuholen

## ERGEBNISSE (AUSWAHL)

- Technischen Anforderungskatalog** erstellt
- Übersicht potenzieller Anbieter und Priorisierung vorgenommen**, beruhend auf methodischem Vorgehen
- MVP zur Vertestung** mit ersten Usern umgesetzt
- Tools unternehmensweit eingeführt** inkl. Onboarding der Mitarbeiter

# Wir sind Experten im Bereich Digital Procurement und unterstützen bei vielfältigen Herausforderung



## ROBERT JACOBI

*Founding Partner*

+49 170 489 2043

robert.jacobi@nunatak.com

- Experte für Digitalstrategien, Prozessoptimierung und Change-Management



## DR. MAXIMILIAN WAGNER

*Principal*

+49 152 018 47981

maximilian.wagner@nunatak.com

- Experte für Digitalstrategien, B2B2C E-Commerce Optimierung
- > acht Jahre Beratungserfahrung



## KARENA RITSCHER

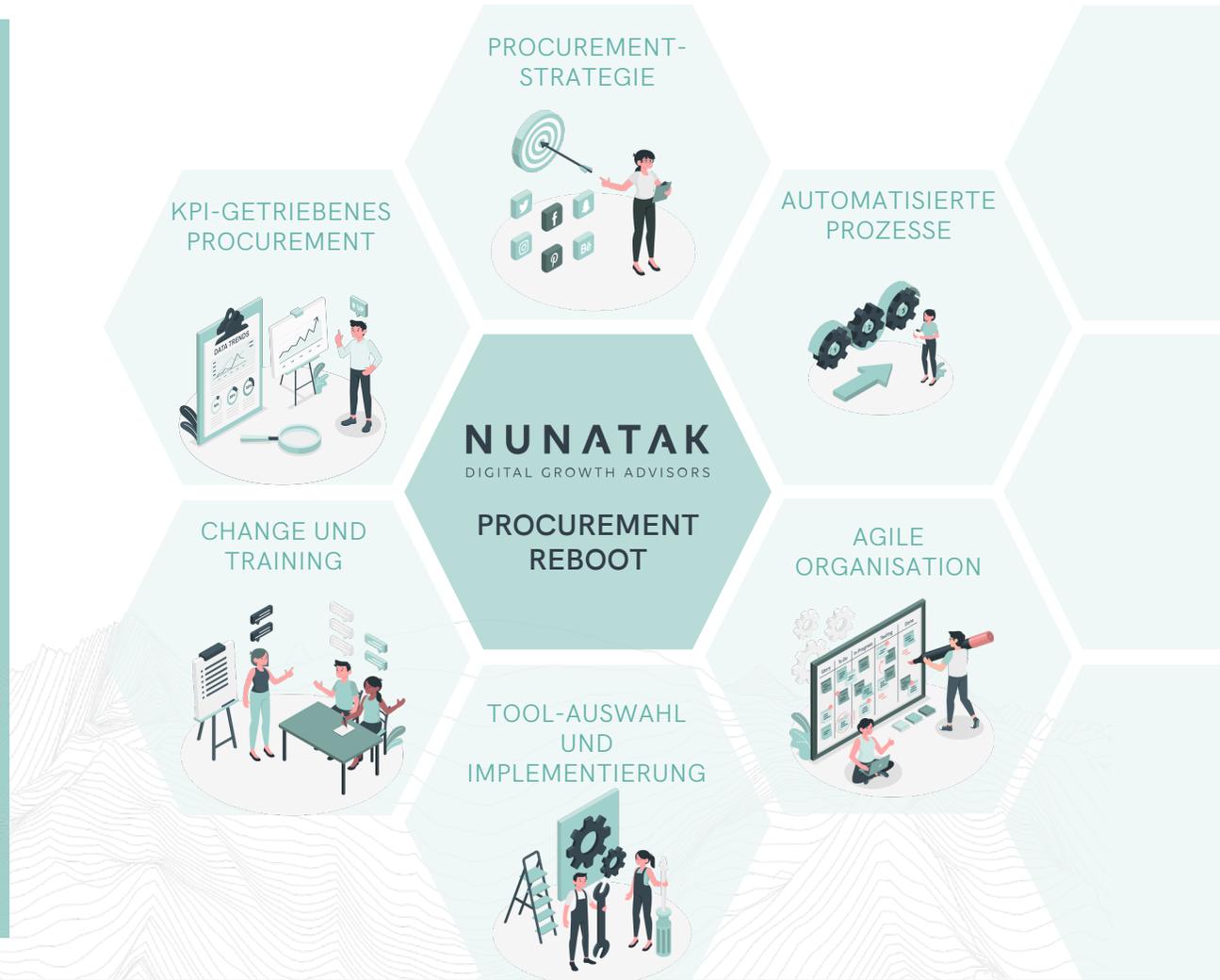
*Project Manager*

+49 173 396 5762

karena.ritscher@nunatak.com

- Expertin für Prozess- und Organisationsentwicklung sowie Tools und digitale Abläufe
- > sechs Jahre Nunatak

... und weitere



# NUNATAK

DIGITAL GROWTH ADVISORS

“You never change things by fighting the existing reality. **To change something, build a new model that makes the existing model obsolete.**”

RICHARD BUCKMINSTER FULLER

FOLLOW US:



**THE NUNATAK GROUP GMBH**

Schackstrasse 3, 80539 München

+49 89 997 436 700 | [contact@nunatak.com](mailto:contact@nunatak.com) | [www.nunatak.com](http://www.nunatak.com)

Managing Directors: Dr. Fabian Göbel, Rupert Schäfer, Juliane Veits

Founding Partners: Robert Jacobi, Rupert Schäfer