****

**PERSBERICHT**

Anderlecht, 5 september 2018

*Prijzen vergelijken en zoeken naar juiste producten te tijdrovend*

**69% van de aankopers wil efficiënter aankoopproces**

**Een ruime meerderheid van de aankoopverantwoordelijken in België denkt tot wel 10 uur per week te kunnen besparen op het aankoopproces. Recent onderzoek\* van Manutan laat zien dat er vooral te veel tijd besteed wordt aan prijsvergelijkingen, oriëntatie en de zoektocht naar het juiste product, maar ook aan het bestelproces zelf. Het intern laten accorderen van bestellingen scoort eveneens hoog. Volgens Stephane Arkenbout, commercieel directeur bij Manutan, levert een efficiënter bestelproces niet alleen veel tijdwinst op, maar gaan hierdoor ook de totale aankoopkosten omlaag. “Er valt voor veel bedrijven tot wel 40% te besparen op hun out-of-pocketkosten en interne uren”, stelt hij.**

## ****Verborgen kosten****

## **Meer dan 31% van de aankopers bestelt nog via e-mail. Bijna 19% bestelt volledig automatisch en zo’n 18% bestelt online bij webshops voor bedrijven. Ongeveer 10% regelt alles nog voornamelijk telefonisch.**240_F_103759061_Dte9OjE3Bf2Vv5fHJttCTT4kTgw3GdQK adobe.jpg **“Vooral bij bedrijven met meerdere vestigingen zie je dat er per vestiging op verschillende manieren wordt besteld en ook nog eens bij verschillende leveranciers”, zegt Arkenbout. ”Op die manier heb je geen centraal overzicht van de bestellingen. Het kost veel tijd en de kwaliteit en prijzen van de aangekochte producten fluctueren. We zien dat vooral bij de zogenaamde C-Class aankopen (niet-strategische producten die onregelmatig worden aangeschaft) nog veel te besparen valt. Daar zitten heel veel verborgen kosten.”**

## ****Kwaliteit van de producten meest belangrijk****

**Een ruime meerderheid van de aankopers (bijna 65%) werkt het liefst met leveranciers die precies weten wat ze nodig hebben. 58% streeft daarbij naar zo min mogelijk leveranciers. Belangrijkste aspecten bij de keuze voor een leverancier zijn goede productkwaliteit en betrouwbaarheid. “Prijs is belangrijk maar niet doorslaggevend”, stelt Arkenbout. “Aankopers streven vooral naar efficiëntie en kwaliteit. Dit houdt wel in dat je centrale afspraken moet maken met een klein aantal leveranciers of zelfs kiest voor één aanbieder die alle producten kan leveren via één kanaal dat door alle aankopers binnen de organisatie wordt gebruikt. Dergelijke keuzes kun je echter alleen maken wanneer je een goed inzicht hebt in de totstandkoming van het totaal aan aankoopkosten. ”**

## ****Analyse****

## ”Een gedegen analyse geeft goed inzicht in de verborgen kosten”, vervolgt Arkenbout. ”Die onnodige kosten vind je bijvoorbeeld in het goedkeuringsproces, het aantal leveringen, het logistieke proces, het niet gebruikmaken van centrale prijsafspraken of het werken met te veel verschillende leveranciers. Met zo’n analyse stel je vervolgens een plan op om die verborgen kosten te verlagen. Bij Manutan hebben we daar de Savin’side-methode voor ontwikkeld. Op basis van verschillende data brengen we met zes key indicatoren alle verborgen kosten in beeld en pakken ze daarna aan. Deze methode is voor iedereen beschikbaar en kan aanzienlijke besparingen opleveren. Een aantal aankopers heeft er al dankbaar gebruik van gemaakt en daarmee een belangrijke bijdrage geleverd aan het resultaat van hun bedrijf. De tijd dat aankopers voornamelijk bezig waren om een nog hogere korting te bedingen is al lang voorbij. Je ziet dat de functie van aankoper binnen een bedrijf steeds belangrijker wordt.”

\*) *Onderzoek in opdracht van Manutan onder 359 werknemers die besteller zijn en/of verantwoordelijk voor de aankoop van bedrijfsbenodigdheden in de branches industrie, bouw, logistiek & transport en dienstverlening.*

**Over Manutan**

Manutan is onderdeel van de internationale Manutan Group, Europees marktleider op het gebied van bedrijfsbenodigdheden. De groep bestaat uit 25 dochtermaatschappijen in 17 Europese landen. Met ruim 2.000 medewerkers en ruim 200.000 verschillende artikelen worden meer dan 1.000.000 klanten bediend. De visie van de Manutan Group kenmerkt zich onder andere door het aangaan van warme, oprechte en persoonlijke relaties met klanten. ‘Ondernemen voor een betere wereld’ is het motto.

In België en Nederland is Manutan de grootste leverancier van artikelen voor magazijn, werkplaats, terrein en kantoor. De artikelen worden via de website, het contactcenter en catalogi geleverd. Van intern transport & opslag tot gereedschappen en veiligheid. Ook levert Manutan advies en diensten in complete projectinrichtingen van o.a. magazijn en kantoorruimte, export service en efficiënte aankoopsystemen.

[www.manutan.be](http://www.manutan.be) en [www.manutan.be/blog](https://www.manutan.be/blog/nl-be/)

**Noot voor de redactie, niet voor publicatie:**

Voor meer informatie over Manutan kunt u contact opnemen met:

Filip Van den Abeele – Director Sales Operations Benelux

Tel: +32 (0)2 583 51 99

E-mail: filip.vandenabeele@manutan.be

Website: [www.manutan.be](http://www.manutan.be)

of

**Two Cents**

Ward Vanhee

Tel: +32 (0)2 773 50 28

E-mail: wv@twocents.be

De foto en het persbericht zijn digitaal verkrijgbaar via onderstaande link naar onze Perskamer:

<http://manutan.media.twocents.be>