FACTSHEET

Je tail spend: de inefficiëntie van je organisatie. Zo los je het op.

SPOT BUY CENTER
tail spend management

Als procurement service provider haalt Spot Buy Center het venijn uit de staart van tail spend-aankopen. Met **gebruiksvriendelijke software en verregaande dienstverlening** zorgt het Antwerpse bedrijf ervoor dat ondernemingen weer zicht en grip krijgen op hun kleinere, losse aankopen. Maar **wat is die tail spend precies** en waarom is het een nagel aan je aankoopdoodskist?

TAIL SPEND = AL JE LOSSE, ONZICHTBARE UITGAVEN

Je tail spend, dat zijn de **aankopen die niet strategisch zijn voor je core business.** Je hebt ze met andere woorden niet per se nodig om jouw dienst aan te bieden of om jouw product te produceren.

Het gaat om **aankopen die veelal kleiner zijn in waarde** en waarvoor iemand in je bedrijf aangeklopt heeft bij een leveranciers die je zelden gebruikt, de zogenaamde c-leveranciers. Denk aan aankopen voor een bedrijfsevenement, kantoorgerief zoals whiteboards, papier of inkt voor de printer, gevelreclame of gadgets voor medewerkers.

TAIL SPEND = DE SCHULD VAN ONLINE SHOPPEN

Tail spend is geen nieuw fenomeen, maar het is aan een opmars bezig. Je mag hiervoor met de vinger wijzen naar de globalisering. Het is heel gemakkelijk geworden om vanachter ons bureau in België aankopen te doen in een webshop in Duitsland, de Verenigde Staten, China en verder.

Het internet heeft een wereld aan aankoopmogelijkheden geopend. Met een paar klikken op de knop en een vlotte betaling met de kredietkaart of een QR-code is je item besteld. De belofte dat het hebbeding binnen de 24 of 48 uur aan je voordeur staat, is een extra incentive waar weinigen ‘nee’ kunnen op zeggen. Dat is voor bedrijven niet anders.

Het probleem: door de **snelheid** waarmee iets besteld kan worden, wordt er **niet lang nagedacht over de aankoop**. En als zulke ondoordachte aankopen zich opstapelen, creëert dat op termijn administratieve chaos voor je bedrijf.

8 SYMPTOMEN DIE WIJZEN OP HET FENOMEEN VAN TAIL SPEND

Misschien zit jij zonder het te weten wel met een losgeslagen tail spend. Hier heb je **acht tell-tale signs** die je duidelijk maken of je die tail spend maar beter eens onder de loep neemt.

- De boekhouding moet dagelijks of wekelijks een **nieuwe leverancier aanmaken**.
- De boekhouding krijgt **facturen binnen via werknemers**, omdat zij de bestelling plaatsen.
- De boekhouding moet **veel last minute betalingen** uitvoeren omdat er met de leverancier geen betalingstermijn is afgesproken die normaal wordt gehanteerd in het bedrijf.
- Verschillende diensten in je bedrijf kopen **gelijkaardige spullen bij verschillende leveranciers**.
- Wanneer **10% of minder van je totale uitgaven bij 50% of meer van je leveranciers** zit.
- Je hebt eigenlijk **geen idee** wat de helft van die **leveranciers geleverd hebben**.
- Je merkt een **stijging in het gebruik van onkostenbonnetjes** of aankopen met een kredietkaart.
- De boekhouding krijgt veel facturen binnen waarop **geen bestelbonnummer** staat, waardoor ze dus eigenlijk niet goed weten **of de factuur betaald mag worden**.

WAT KOST HET VOOR JOUW BEDRIJF?

Efficiënt klinkt het allemaal niet, maar waarom moet je hier nu per se iets aan doen? Wel, doen alsof het probleem er niet is, is een beetje **alsof je een lekkende kraan negeert**, of dat rode flikkerende lampje op je dashboard in de auto. Op korte termijn is het misschien geen big deal, maar vroeg of laat krijg je een gepeperde waterrekening of sta je in panne langs de autostrade.

Ook die tail spend zal je op den duur zuur opbreken. Je boekhouding blijft onnodig werk doen, je laat schaalvoordelen aan je voorbij gaan en je krijgt je purchase-to-pay-processen niet volledig gedigitaliseerd. **Kortom: je verliest tijd én geld.**

HOE KAN IK MIJN TAIL SPEND GENEZEN?

Herken je de symptomen in jouw eigen organisatie? Dan is het nu tijd om je zieke tail spend te genezen!

Hoe neem je het **heft in eigen handen** om zelf een tail spend management op te zetten?

Voorbeeld: je zorgt ervoor dat je werknemers niet meer de mogelijkheid hebben om zelf dingen aan te kopen. Maar... dan zal je een grote aankoop -afdeling moeten opzetten die al die onbelangrijke of eenmalige aankopen op zich neemt.

Nog een voorbeeld: je kan verschillende punch-out catalogs aanmaken. Dat is een methode om vanuit je eigen inkoopapplicatie toegang te hebben tot de catalogus van een leverancier. Maar... dan ben je een stuk flexibiliteit kwijt en mis je de kans om gebruik te maken van promoties of nieuwe spelers op de markt.

SPOT BUY CENTER
tail spend management

De meest efficiënte manier om je aankopen onder de knoet te houden, is om **een partner te zoeken** die:

- Je helpt om een **centrale aanpak en strategie rond je tail spend** te implementeren. Een goeie partner begeleidt je bij het uitschrijven van policies en zegt je waar je de nadruk moet leggen: wie kan aankopen doen, voor welk bedrag, aan welke richtlijnen moeten ze zich houden, aan welke standaarden moeten nieuwe leveranciers voldoen... ?
  Je visie omtrent tail spend op punt zetten, maakt het duidelijk voor je medewerkers wat kan en niet kan als ze een aankoop willen doen.
  Een coherente en strategische aanpak geeft je meer zicht op je tail spend.

- Je helpt met de administratieve kant door een aantal taken over te nemen. Contracten onderhandelen met nieuwe leveranciers, zorgen dat die contracten voldoen aan de richtlijnen van jouw organisatie, facturen juist opmaken en controleren, nakijken of de bestelling goed is toegekomen: **jouw tail spend- partner is iemand die al die zaken voor jou doet**.
  Op die manier moet jouw boekhoud- of aankoopdienst zich niet bezighouden met kleine, tijdrovende zaken.

- Je een **digitale tool** aanbiedt om het overzicht te bewaren. De digitale tool is liefst ook gespecialiseerd in het verwerken van tail spend, en niet de zoveelste extra feature op een systeem dat weinig met tail spend te maken heeft. Heel wat ERP-systemen hebben namelijk de afgelopen jaren hun basis uitgebreid met verschillende opties. Het nadeel van zulke uitgebreide software is dat de verschillende tools vaak gelimiteerd zijn in wat ze kunnen en vaak gebruiksvriendelijkheid missen. **De software van Spot Buy Center richt zich specifiek op tail spend**, waardoor je een tool in handen hebt die écht doet wat moet.

Tail spend is geen of-of-verhaal. **Er is een volledige aanpak nodig om orde in de chaos te scheppen.** Maak het je werknemers gemakkelijk en zorg voor **Self Service Procurement**: zorg dat ze naar de correcte aankoopkanalen kunnen gaan zonder dat ze er te veel moeten over nadenken.

Met Spot Buy Center als partner hoef jij hier geen tijd meer in te steken, en kan je gauw terugkeren naar de kern van je job!

SPOT BUY CENTER
tail spend management