



# Kannattavampaa tilaus-toimitusketjun yhteistyötä **Analysis – Oma osio**

**Jouni Sakki Oy**

tel. +358 50 60828

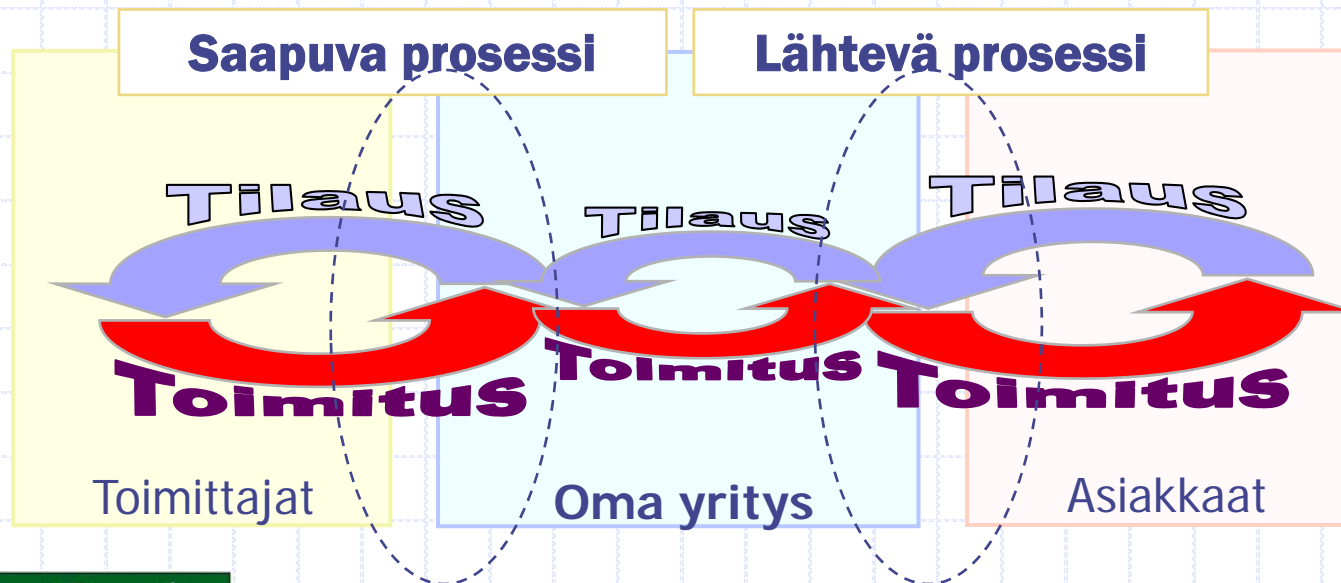
e-mail: [jouni.sakki@jounisakki.fi](mailto:jouni.sakki@jounisakki.fi)

[www.scmbestpractice.com](http://www.scmbestpractice.com)

[www.jounisakki.fi](http://www.jounisakki.fi)

## B-to-b tilaus-toimitusketju

Tilaus-toimitusketju lävistää yrityksen. Vaihdannan aiheuttamia kiinteitä työn ja pääoman kustannuksia voidaan seurata liiketapahtumien (tilaukset / toimitukset) ja vaihto-omaisuuden avulla.



# SCM Best Practicen\* osat

1 Facts & Figures; kustannusajureiden kartoitus

## 2 Analysis - Oma osio; katsaus omaan asiakas- ja tuotekannattavuuteen

- kohdistaa kulut tuotteille ja asiakkaille
- näyttää tuotteiden ja asiakkaiden abc-luokat
- kertoo hyvien ja huonojen tuotteiden ja asiakkaiden määrät ja niihin liittyviä tunnuslukuja.

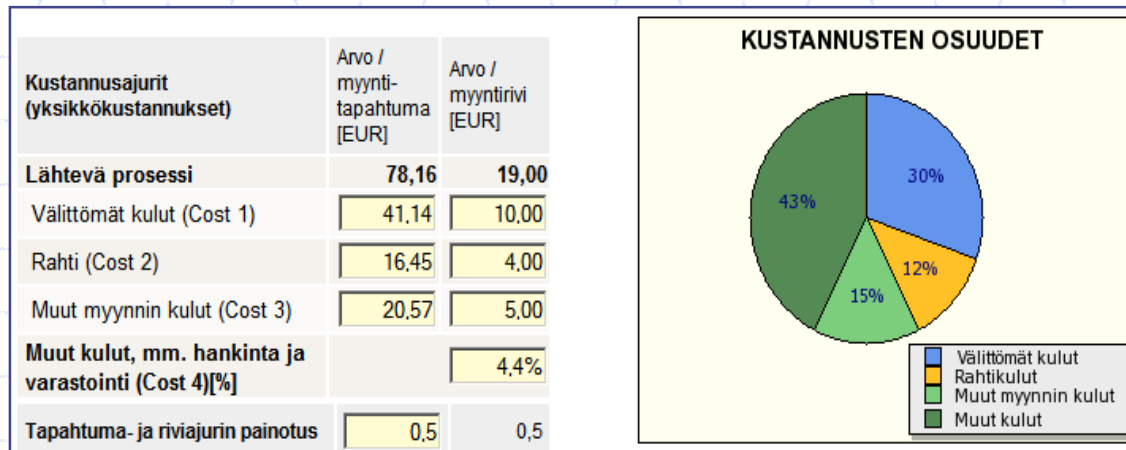
3 Analysis - Asiakasosio; uusi web-työkalu

Henkilökohtaiset käyttäjätunnukset takaavat turvallisuuden

# Kustannusten kohdistaminen tuotteille

Analysis - Oma osiossa tutkitaan tuotteiden ja asiakkaiden kannattavuutta. Toimitusketjun kulut kohdistetaan yksittäisille tuotteille kustannusajureiden avulla.

Omat ajuriarvosi voit selvittää Facts & Figures -sovelluksessa.



# Keskiarvojen harhan välttäminen

Analysis tekee myyntitiedoista tuotteiden ja asiakkaiden abc-luokitukset. Lisäksi myyntitapahtumat luokitellaan niiden koon mukaan. (TrSize-luokitus)

## 1 Tuotteiden ja asiakkaiden abc-luokittelu myynnin mukaan viiteen luokkaan:

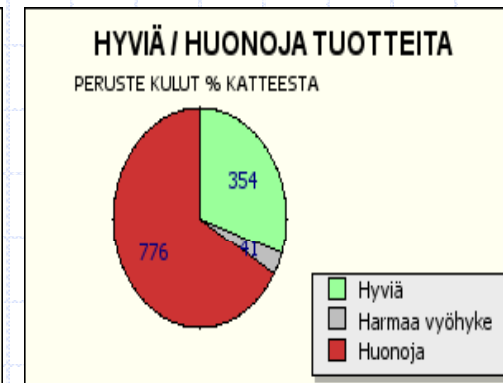
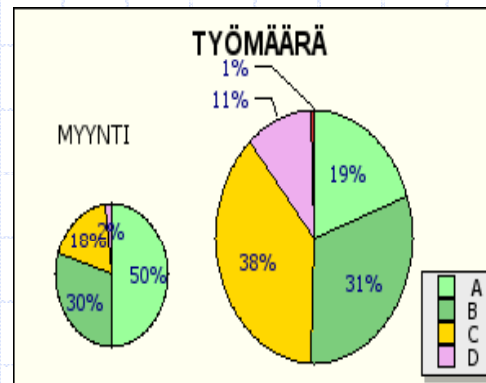
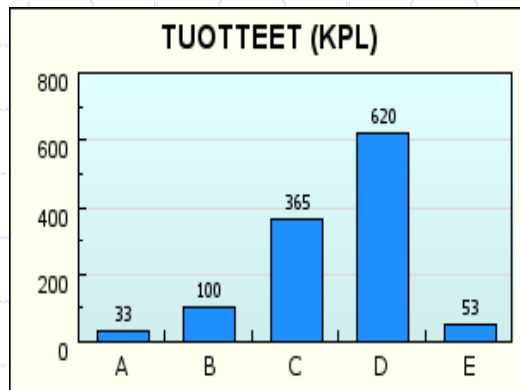
- **A** = 50%, **B** = 30% **C** = 18%, **D** = 2%, **E** = 0%

## 2 Myyntitapahtumien luokittelu koon mukaan viiteen luokkaan (TrSize):

- Luokkien rajat voi määritellä itse myyntilähetysten arvon perusteella.

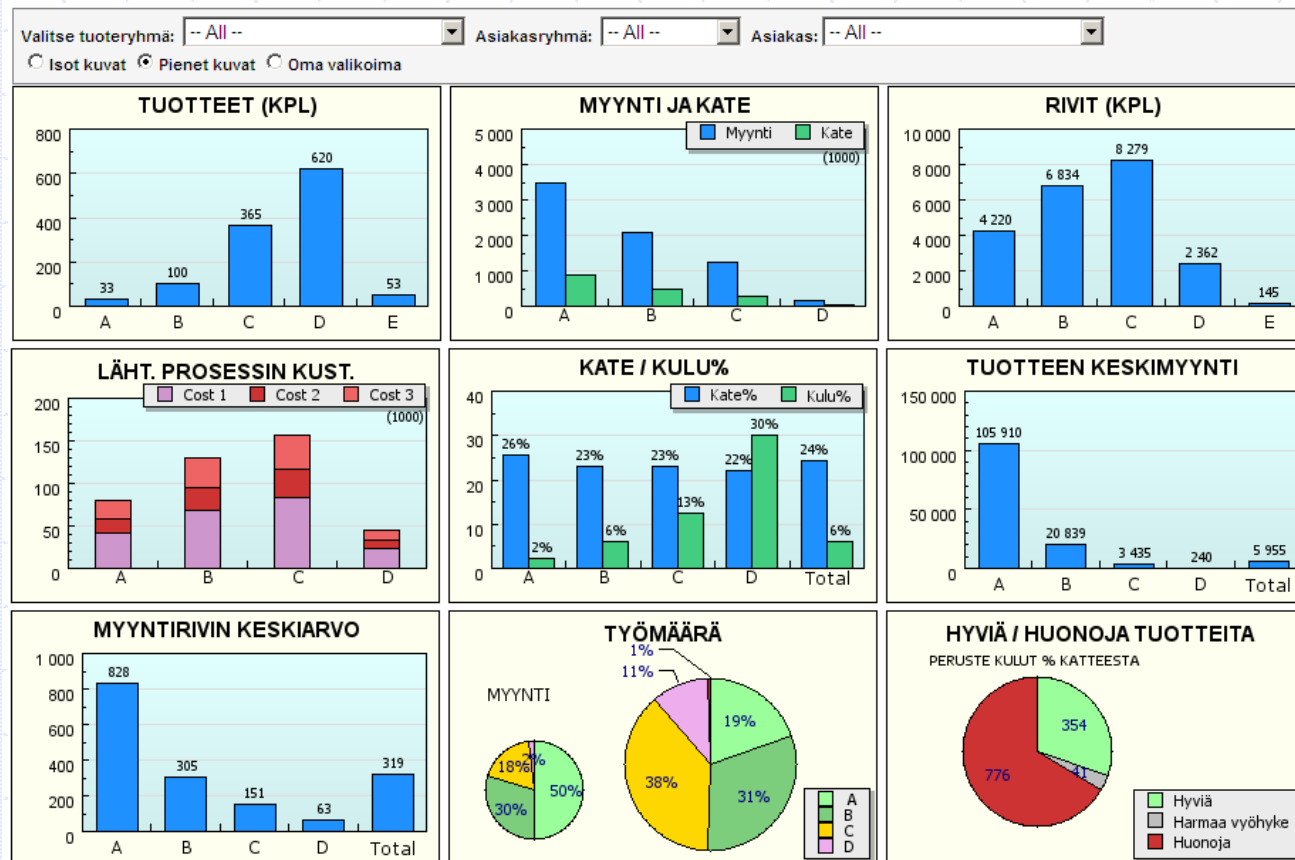
## Tuote-abc omasta myynnistä

- Tässä esimerkissä 33 kpl A-tuotteita tuo 50 % koko myynnistä
- A-tuotteet aiheuttavat vain 19 % työmäärästä!
- yli puolessa tuotteista tilaus-toimitusketjun kulut ovat liian suuret ("huonot" tuotteet)



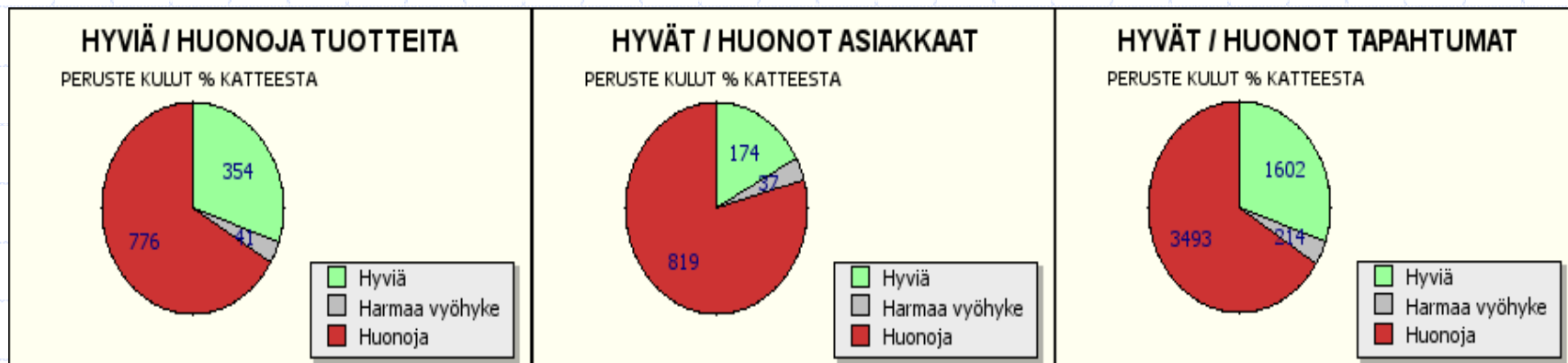
**Tuloksia käytetään tuotehinnoittelun ja valikoimasuunnittelun apuna.**

# Tuote-abc:n kaikki yhteenvedot



# Hyvät ja huonot

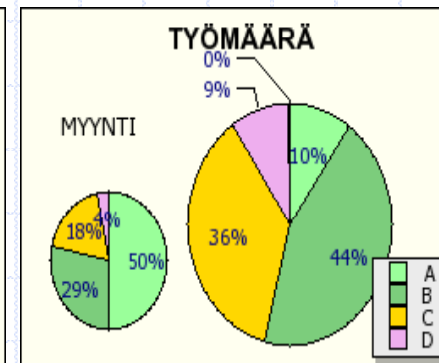
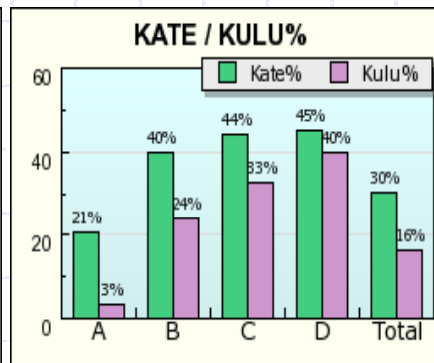
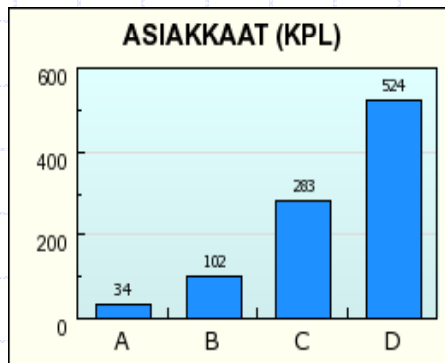
- Luokittelut hyviin ja huonoihin antavat pohjaa hinnoitteluun, valikoimasuunnitteluun ja asiakassegmentointiin.
- Huom! Kaikki asiakkaat ovat **hyviä**. Osaa vain ylipalvellaan ja heidän ostonsa alihinnoitellaan.



Tuottavuus paranee oikeilla valinnoilla.

# Asiakkaiden abc-luokittelu

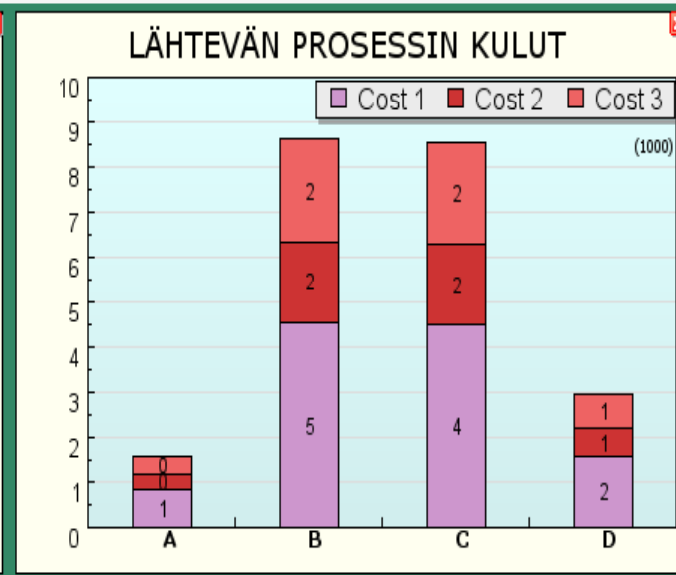
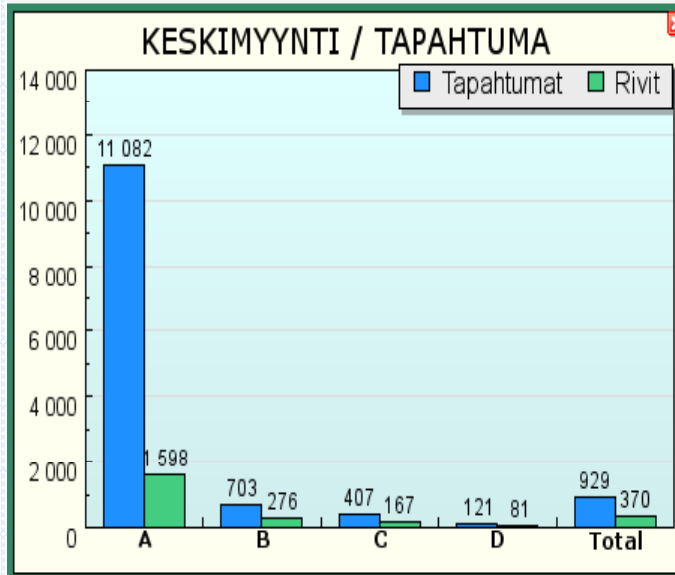
- Esimerkissä A-asiakkaat (puolet myynnistä) aiheuttavat vain 10 % työmäärästä!
- C- ja D-asiakkaat aiheuttavat lähes puolet työstä!
- B – D asiakkailta paljon kuluja verrattuna katteeseen.



**Tuloksia käytetään asiakkaiden segmentointiin ja asiakaskohtaisen hinnoittelun apuna.**

# Keskimyynänti ja prosessikulut abc-luokissa

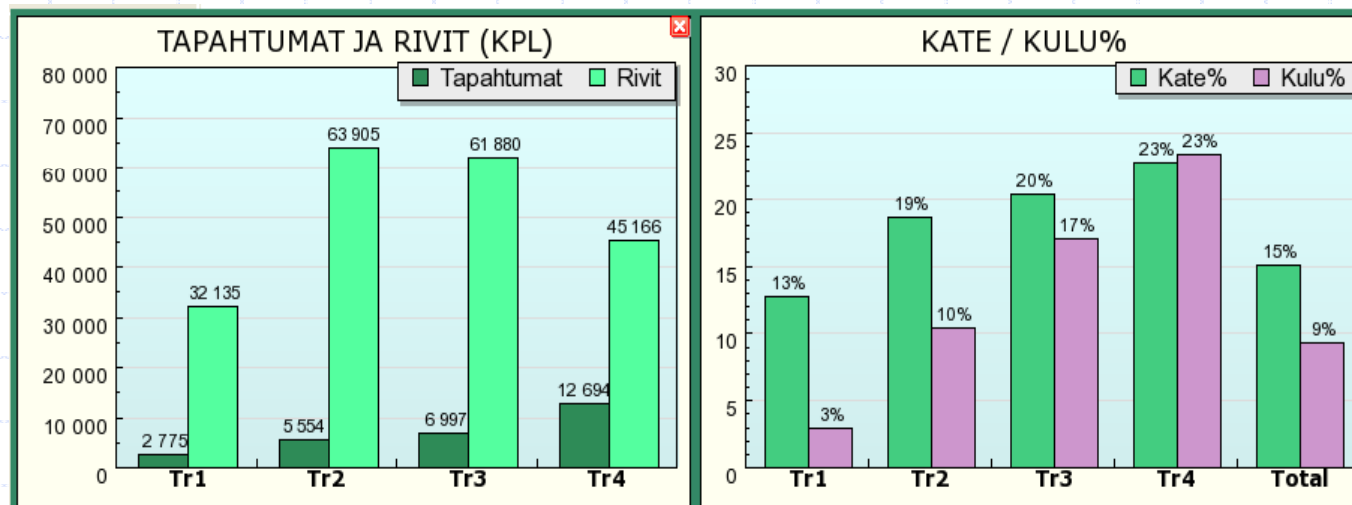
Myyntitapahtuman keskikoko vaihtelee asiakas abc:n eri luokissa paljon. Aiheutuvat kulut tulee ottaa hinnoittelussa huomioon.



# Luokittelu myyntitapahtuman koon mukaan (TrSize)

TrSize1 - yli	2 500	
TrSize2	1 000	- 2 500
TrSize3	500	- 1 000
TrSize4	0	- 500
TrSize5 - alle	0	
<input type="button" value="Talleta"/>		

- Myyntitapahtumat luokitellaan niiden arvon mukaan. Raja-arvot voi itse määrittellä.
- Pienet tapahtumat (Tr3 ja Tr4) aiheuttavat suhteettomasti kustannuksia!



## Haluatko liittyä SCM Best Practice käyttäjäksi?

- Demoesityksen mukaiset yhteenvedot voi ottaa nopeasti käyttöön.
- Käyttö on aikasidonnaista. Ei investointikulua. Ei ylläpitoa.
- Perinteisiin tietojärjestelmiin verrattuna käyttö on huippuedullista.
- Tietojen päivitys kannattaa tehdä kuukauden – vuosineljänneksen jaksoissa.
- Sovellus voidaan liittää kaikkiin tietojärjestelmiin.
- Henkilökohtaiset käyttäjätunnukset takaavat turvallisuuden.

Kysy lisää:

Jouni Sakki, tel. +358 50 60828  
e-mail: [jouni.sakki@jounisakki.fi](mailto:jouni.sakki@jounisakki.fi)