SMART Закупка

12 ноября 2022

5 вопросов, которые нужно задать при покупке технологий #NoRegrets.

Поставщики технологий. Я получаю смешанные ответы от лидеров FS по этой конкретной теме. Иногда это волнение по поводу новых возможностей, которые поставщики могут предложить фирме. Чаще всего это нервный смех, вздох раздражения и личные истории о том, как нынешнее партнерство с поставщиком технологий не оправдало ожиданий.

«На реализацию этого уходит больше времени».

«Ожидания не оправдываются, а поставщики не соблюдают сроки»

«В настоящее время мы пытаемся решить проблему принятия неверных решений с помощью недавней покупки технологии»

С возрастающей сложностью принятия технологических решений сожаление о покупке становится довольно распространенным явлением. Только 13% респондентов в недавнем опросе Gartner заявили, что НЕ жалеют о недавней крупномасштабной покупке технологий.

Лидеры бизнеса и операций FS, которые все чаще принимают участие в принятии решений о покупке технологий, могут избежать распространенных ошибок и угрызений совести покупателя, задав эти 5 вопросов, прежде чем взаимодействовать с поставщиком технологий:

1. Какова стратегическая технологическая карта моей фирмы?
Фирмы, как правило, имеют ошеломляющий набор технологий и разрозненные усилия по их покупке. Руководители FS, возглавляющие закупки технологий, должны сначала понять технологическое видение и дорожную карту предприятия, получить базовый перечень внутренних инструментов, рационализировать избыточность и стандартизировать использование меньшего количества инструментов, прежде чем определять, какое место поставщики технологий занимают в технологической экосистеме фирмы. .

2. Каковы ограничения существующего процесса закупок фирмы?
Существует несколько основных способов знакомства фирм с поставщиками, и каждый из них имеет свои ограничения. Во-первых, традиционный процесс RPA оценивает технологические решения только на основе их характеристик и функций, что приводит к распространенной ошибке процесса выбора поставщика, ориентированного на технологии. Во-вторых, демонстрации продуктов поставщика, хотя и развлекательны, не дают истинного представления о возможностях поставщика . Таким образом, увеличивается риск несоответствия между тем, что нужно фирме, и тем, что покупается. Лидеры FS должны понимать ограничения своих текущих процессов и дополнять их практиками, обеспечивающими подход, ориентированный на бизнес-результаты.

3. Есть ли у меня четко определенные рамки и понимание потребностей моего бизнеса, пользователей и показателей успеха?

Фирмы, как правило, используют технологический подход в процессе покупки. Прежде чем взаимодействовать с поставщиками, лидеры FS должны четко сформулировать бизнес-результаты, возможности, необходимые для достижения этих результатов, меру успеха и особые потребности пользователей. Короче говоря, лидеры FS должны ставить пользовательские истории в центр разговоров о технологиях.

4. Вовлекли ли мы соответствующие заинтересованные стороны в процесс покупки?
Задержка с покупкой или некачественная реализация — обычное дело, когда лидеры не могут привлечь нужных заинтересованных лиц к процессу покупки. Лидеры FS, возглавляющие закупки технологий, должны учитывать перспективы рисков и соответствия, ИТ, операций и потенциальных пользователей в различных сферах бизнеса в процессе покупки.

5. Как я собираюсь проверять возможности и опыт поставщиков?
10-минутная демонстрация привлекательного продукта НЕ должна быть окончательным решающим фактором в процессе покупки. Демонстрации продуктов — это просто инструменты продаж, разработанные в стерильных средах, которые подчеркивают основные функции и функции решения и дают ограниченное представление о том, как они на самом деле будут работать в условиях сложности вашей организации. Лидеры FS должны проверять опыт и возможности поставщиков, задавая вопросы о:

Рекомендации клиентов
Как они добились успеха с другими клиентами с похожей технологической экосистемой.
Уровень обучения и поддержки клиентов
Демонстрация своих возможностей через соревновательный POC.
Поскольку лидеры FS продолжают наращивать инвестиции в технологии, потребность в партнерских отношениях с поставщиками будет продолжать расти. Они могут избежать распространенных ошибок и слепых зон при покупке технологий благодаря более структурированному и строгому процессу покупки. Следите за новостями о следующем выпуске « Как пользовательские истории помогают покупать технологии лучше »

Ссылка на статью: 5 вопросов, которые нужно задать при покупке технологий #NoRegrets.