

OptiCaseStudy

OPTIMALIZACJA KOSZTOWA I WDROŻENIE REKOMENDACJI

OptiBuy

przejdź do

www.optibuy.com

→ KLIENT

Jeden z najpopularniejszych nadawców telewizyjnych w Polsce, należący do wiodącego koncernu medialnego, oferujący wysokiej jakości programy rozrywkowe oraz rzetelne audycje informacyjne.

→ ZAKRES PROJEKTU I WYZWANIA

Głównym celem projektu było zidentyfikowanie obszarów zakupów nieprodukcyjnych posiadających potencjał oszczędnościowy, określenie poziomu tego potencjału wraz ze wskazaniem najefektywniejszych dźwigni zakupowych, a następnie wdrożenie określonych zaleceń optymalizacyjnych.

→ REALIZACJA I ZALECENIA

Projekt obejmował dwa etapy. Podczas pierwszego z nich, konsultanci OptiBuy przeprowadzili dogłębną analizę struktury kosztowej zakupów indirect. Na tej podstawie, przygotowali plan działań optymalizacyjnych dla 13 kategorii, identyfikując w nich potencjał oszczędnościowy. Plan został wzbogacony o listę kluczowych czynników sukcesu we wdrożeniu zaproponowanej strategii.

Na drugim etapie współpracy, zespół ekspertów OptiBuy, podjął i skoordynował działania mające na celu wdrożenie prognozowanych oszczędności dla kategorii - flota samochodowa (samochody osobowe i użytkowe). W oparciu, m.in. o model TCO (Total Cost of Ownership), zespół projektowy OptiBuy osiągnął poziom oszczędności określony w fazie analizy.

W PIGUŁCE

Klient

Czołowy nadawca telewizyjny w Polsce.

Zakres projektu

Analiza struktury kosztowej zakupów nieprodukcyjnych (indirect) firmy pod kątem możliwości optymalizacyjnych, a następnie wdrożenie zidentyfikowanych oszczędności

Rekomendacje

Szczegółowy plan działania dla 13 kategorii zakupowych oraz koordynacja procesu wdrożenia wypracowanych sugestii dla kategorii - flota samochodowa.

Czas trwania projektu

3 miesiące

„ Za każdym razem, kiedy po przeprowadzeniu analizy, czyli pierwszego etapu współpracy- Klient zwraca się do nas z prośbą o wdrożenie naszych zaleceń, mamy świadomość dobrze wykonanej pracy. Miernikiem sukcesu projektu dla Klienta jest, z kolei, osiągnięcie prognozowanych założeń oszczędnościowych.

Marlena Kryściak-Sitkowska, Partner, OptiBuy

→ EFEKTY

13 kategorii zakupowych indirect otrzymało plan działań optymalizacyjnych po zidentyfikowaniu kryjącego się w nich potencjału oszczędnościowego.

27% Potencjał oszczędnościowy we wskazanych przez zespół OptiBuy kategoriach sięgał od 3 do 27%.



Wdrożenie przez OptiBuy opracowanych zaleceń dla kategorii Flota Samochodowa przyniosło firmie poziom oszczędności określony w fazie analizy.

Sprawdź inne case study i referencje na www.optibuy.com