



## INSPIRED-TALENT

logistics and supply chain professionals

- ▶ Voorwoord door Prof. Dr. Nick van Dam
- ▶ Interviews met:
  - Willem Swager** – Patagonia
  - Anne Renkema** – Signify
  - Vincent Peters** – Catharina ziekenhuis
  - Sjoerd Trompetter** – Naïf
  - Wouter Samama** – Kraft Heinz
  - Jip Kelderman** – Trainee Inspired-Talent
- ▶ Gastcolumn:
  - Marjan de Bock - ImpactBuying



# Inspiratie voor duurzaam presteren

Voor Human Resources en Supply Chain Professionals



# Goed doen en geld verdienen kan en moet samen

Winst maken en investeren in een betere wereld lijken twee niet te verenigen doelen. Duurzaamheid mag geen marketinginstrument zijn. Een bedrijf moet de statements kunnen onderbouwen. Daar is onderzoek en zijn investeringen voor nodig. Dat leidt tot vragen als: hoe verwaard je die investeringen? Hoe krijg je het voor elkaar dat de consument meer wil betalen voor duurzame producten? Als Managing Partner ImpactBuying bij SIM Supply Chain Management, ondersteun ik bedrijven om met duurzaamheidsdoelstellingen toch winst te blijven maken.



12

De interesse naar duurzame producten groeit, zo blijkt uit consumentenonderzoek dat wij samen met de Rabobank uitvoerden. Dat onderzoek laat ook zien dat consumenten wel meer willen betalen, maar dat de consument dan wel wil zien wat er daadwerkelijk met hun geld gebeurt.

Veel consumenten “spreken met hun hart, maar kopen met hun portemonnee”, zegt een aantal respondenten ons onderzoek. Dus blijft de laagste prijs of een bonusaanbieding een belangrijke trigger voor consumenten. Dit vertaalt zich in prijsonderhandelingen met de leverancier. De categorie manager en inkoper hebben vaak als ‘opgelegd’ jaardoel: nog betere financiële condities te krijgen bij de leverancier. Ze worden vooral gestimuleerd daar op te sturen. Er is vaak geen stimulans om ook te onderhandelen over condities die bijdragen aan een betere wereld, of wel op Positive Impact.

Maak daarom duurzaamheid onderdeel van het totaal aan

Kritische Prestatie Indicatoren (KPI's) van de inkoopafdeling. Daarvoor moet je met elkaar meetbare doelen formuleren. Daarbij ondersteunen wij bedrijven en maken we gebruik van Double Sided Loyalty (DSL), een loyaliteitsprogramma dat consumenten en leveranciers met elkaar verbindt. Inkopers van supermarkten en fabrikanten spelen daarin een essentiële rol om gezamenlijk tot de “Proven Positive Impact” doelen te komen.

Bij SIM begrijpen we dat de consument een belangrijk onderdeel van de oplossing is. Met DSL zorgen we dat de consument geïnteresseerd raakt. Stap voor stap ontwikkelen we een product of project dat voor positieve impact zorgt én waar de consument bereid is voor te betalen. Zoals bomen planten om de CO<sub>2</sub> footprint te verlagen. Of met producten die de dagelijkse financiële lasten van arbeiders of boeren verlichten, zoals schoolboeken. Of een bijdrage te leveren aan de aanleg van een druppelirrigatie om de water footprint te verlagen. Zowel de inkoper, de leverancier als de consument kunnen het project van begin tot eind volgen en,

als ze daarvoor kiezen, tussentijds updates ontvangen.

Als ook de categorie manager en inkoper, maar ook de leverancier een incentive krijgen voor het succesvol behalen van de overeengekomen positieve impact doelen, dan is de cirkel rond. Dan is de afdeling inkoop niet alleen voor de financiële doelen maar ook voor de Positive Impactdoelen.

Het verschil maken door samen kleine meetbare stappen te zetten. Als SIM kunnen wij onze klanten bij die stapjes ondersteunen. Er wordt wel eens gezegd: “Je bent wat je koopt en hoe je koopt.” Dat geldt voor de consument, maar ook voor inkopende bedrijven. Laten we samen zorgen voor een echte verandering in de keten en het zogenoemde “ImpactBuying” mogelijk maken. Dat we laten zien dat goed doen en geld verdienen heel goed samen kan gaan. Én dat je het niet los van elkaar kunt zien.

Marjan de Bock-Smit  
Managing Partner ImpactBuying.



**EEN TALENT**

**ONTWIKKELT ZICH**

**NIET ALLEEN.**

**Samen ontwikkelen we de supply chain leiders van de toekomst.**

[www.inspired-talent.com](http://www.inspired-talent.com)

Doe ook mee! Neem contact op met Evie Jetten, bel 06 42487766 of mail [evie@inspired-talent.com](mailto:evie@inspired-talent.com)



**INSPIRED-TALENT**  
logistics and supply chain professionals