



Strategiska inköp

Sören Bergström, Affärsenhetschef JM Bostad Riks och Inköpsdirektör

Centrala Inköp...

...medverkar till att vi uppnår höga kundvärden och rätt kvalitet till lägsta totalkostnad.



Hög standard till lägre inköpspris...

...genom att konkurrensutsätta större volymer och utlova köptrohet.



Lägre logistik- och processkostnad

Vi jobbar med hela processen från avrop till färdigt montage för att minska alla kostnader som uppstår däremellan.



Rätt kvalitet och lägre felkostnader

- Bättre specificerade produkter
- Fokusering på gränssnitten
- Snabbare erfarenhetsåterföring
- Högre upprepningsgrad vid montage



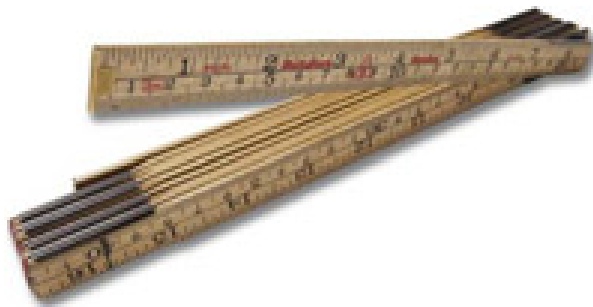
Strategiska inköpsavtal

- Köptroheten från våra strategiska avtal är nära 100 %
- Organisationen är mycket engagerad i såväl avtal som leverantörer
- Under årets tio första månader har vi erhållit 110 skriftliga synpunkter och förbättringsförslag, på avtal, leverantörer och produkter, från våra medarbetare

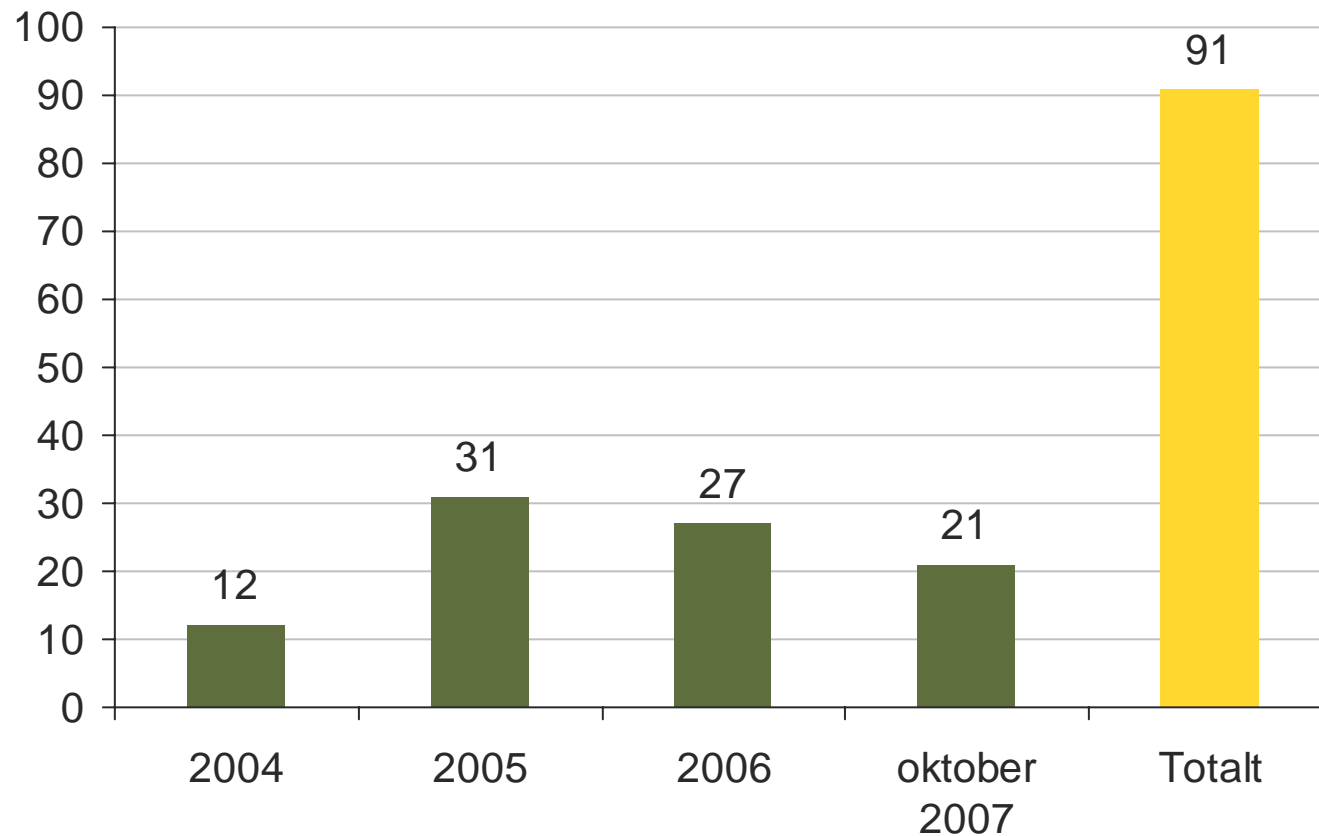
Kategoriarbete

Status oktober 2007

- Antal genomgångna leverantörer 157
- Antal kategorier som genomgått den nya inköpsprocessen 91
- Lägre inköpspris 140 mkr / år



Antal kategorier som genomgått den ”nya” inköpsprocessen



Strategiska inköpsavtal

Avrop och prisutveckling

	Utfall 2006	Mål 2007
Volym som avropats från strategiska inköpsavtal	1 505 mkr	min 2 100 mkr
Prisutveckling under året	+ 1,0 %	max + 2,0 %



Faktorprisindex för flerbostadshus

	2006	Jan - sep 2007
Faktorprisindex *)	+ 6,7 %	+ 4,9 %
Materialdelen	+ 9,3 %	+ 6,2 %
Konsumentprisindex	+ 1,6 %	+ 1 % **)

*) Exkl. löneglidning och moms

***) Jan - aug 2007



Avropad andel - strategiska inköpsavtal

Januari - juni 2007

Fördelning	Belopp, mkr	Andel som avropats från strategiska inköpsavtal
Material	600	80 %
Byggplatsomkostnader	230	48 %
Underentreprenörer	1 720	23 %
Projektering	120	9 %
Indirekta kostnader	200	11 %
Byggherrekostnader	350	0 %
Inhyrd personal	60	0 %
Leverantörsfakturerad omsättning Sverige *)	3 280	

*) inkl koncerninternfakturering (exkl moms) jan-jun 2007

För många leverantörer är JM en intressant samarbetspartner

- Marknadsledande inom vår "nisch"
- Unika möjligheter att styra produktvalet
- Nära kontakt med slutkunden
- Utvecklingssamarbete med leverantörerna
- Stora samlade volymer på standardiserade produkter
- En ekonomiskt stark beställare
- Lång framförhållning - unikt i branschen
- Långa avtalstider med köptrohet
- Ett starkt varumärke

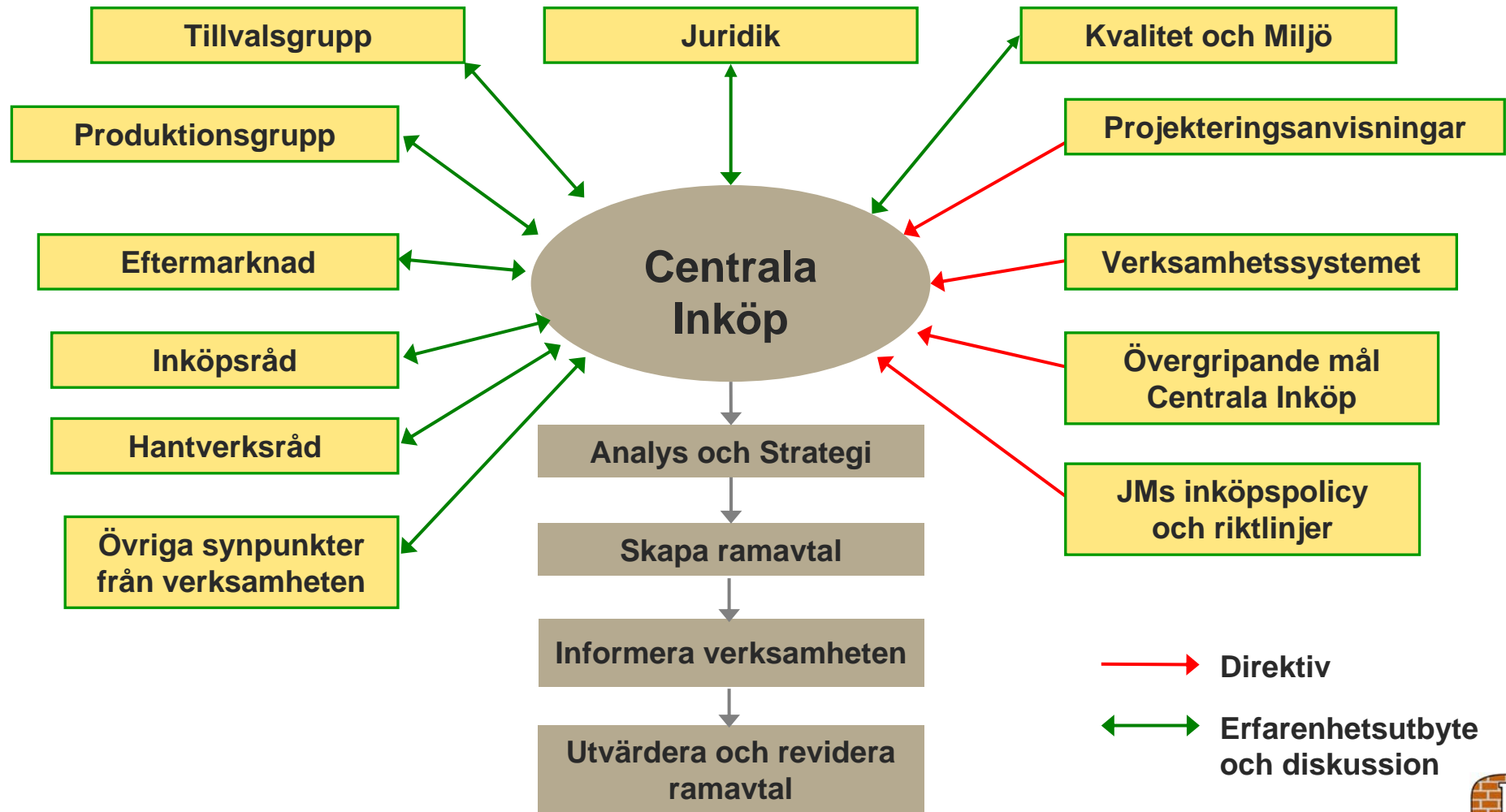


Framgångsfaktorer

- Systematiskt arbete
- Bred förankring i verksamheten
- Gemensam produktutveckling



Förankring i verksamheten



Inköp

”Att hitta den sammantaget bästa lösningen”.

