

An der Schnittstelle zwischen Einkauf und IT

Mehrwert Datenanalyse: Welche Fähigkeiten Datenanalysten auszeichnen sollten

Ein guter Datenanalyst stellt eine hohe Qualität der Einkaufsdaten sicher und unterstützt die Einkaufsabteilung in allen Kernprozessen des Einkaufs. Was für ein Anforderungsprofil muss ein Datenanalyst erfüllen, um einen substanziellen Mehrwert für ein Unternehmen zu generieren?



Bernhard Höveler

Der promovierte Betriebswirtschaftler ist geschäftsführender Gesellschafter der Höveler Holzmann Consulting, einer auf Einkauf und Supply Chain Management spezialisierten Unternehmensberatung.



Edwin Arnold

Der studierte Mathematiker arbeitet als Datenanalyst bei Höveler Holzmann Consulting in Düsseldorf.

Naturgemäss fallen im Einkauf grosse Mengen an Daten an: Einkaufsvolumendaten aus ERP-Systemen wie SAP, Spezifikations- und Lieferantendaten sowie Angebote von Lieferanten – das ist nur der Beginn einer langen Liste.

Mit dem richtigen Know-how können alle diese Informationen sinnvoll zur Unterstützung der Einkaufsabteilung genutzt werden und zu signifikanten Einsparungen führen. Die Voraussetzung dafür sind zuverlässige Daten und deren möglichst detaillierte Auswertung. In der Praxis ist die Datenqualität jedoch häufig mangelhaft.

Relevanz der Datenanalyse

Die Arbeit mit Daten im Allgemeinen – insbesondere mit unstimmen Daten – erfordert allerdings IT-Kenntnisse, die viele Einkäufer nicht haben. Ungeachtet dessen fehlt es Einkäufern in der Regel an der Kapazität, sich neben dem Tagesgeschäft der Pflege von Stammdaten zu widmen.

Mitarbeiter der IT-Abteilung hingegen verfügen oft nicht über das erforderliche Einkaufswissen, um aus vorhandenen Daten Empfehlungen

für den Einkauf abzuleiten. Mit Hilfe einer smarten Einkaufsorganisation wird dieses Dilemma durch den Aufbau einer transparenten und nachhaltigen Datenanalyse überwunden.

Um eine dauerhafte Verfügbarkeit hochwertiger Daten zu gewährleisten, müssen Datenanalysten den Einkauf in drei Kernprozessen unterstützen können: auf der operativen und strategischen Ebene sowie im Lieferantenmanagement.

Kompetenz in Kernprozessen

Um Daten überhaupt analysieren zu können, ist deren Transparenz oberstes Gebot. Das Ziel ist, dass Informationen, die für Entscheidungen im Einkauf hilfreich sein können, jederzeit verfügbar sind.

Mit Hilfe dieser Informationen sollten sich «die sieben W» des strategischen Einkaufs – «wer kauft was von wem zu welchem Preis in welcher Menge über welchen Prozess wann ein?» – präzise beantworten lassen.

Auf der operativen Ebene beginnt die Arbeit der Datenanalysten bereits vor der ersten Bestellung. So müssen zur exakten Beantwortung

der Frage «Was wird gekauft?» Spezifikationen sauber erfasst und gespeichert, aufgenommen beziehungsweise festgelegt werden.

An der Schnittstelle zu den beteiligten Fachbereichen ist es die Aufgabe des Datenanalysten, fehlende Angaben oder Inkonsistenzen in den Stammdaten zu identifizieren und in Absprache mit beiden Seiten deren Behebung in die Wege zu leiten. Ist die Transparenz und Konsistenz der im operativen Prozess gespeicherten Daten sichergestellt, ist es Aufgabe des Analysten, in den Daten wiederkehrende Muster zu erkennen und aus diesen Strategien abzuleiten.

Im strategischen Einkauf geht es darum, sich alle zur Verfügung stehenden Informationen zunutze zu machen und dadurch Einkaufsvorteile zu erzielen. So kann aus den Gesamtdaten des Unternehmens beispielsweise abgeleitet werden, inwiefern sich eine standortübergreifende Bündelung realisieren oder verstärken lässt, um Mengen-

vorteile zu generieren. Eine weitere wichtige Aufgabe ist die Auswahl und Berechnung von Kennzahlen. Diese sind ein wichtiges Werkzeug zur strategischen Steuerung des Einkaufs.

Im dritten Kernprozess liegt die Hauptaufgabe des Datenanalysten im Aufbereiten der für die Lieferantenbewertung benötigten Daten. Einige Bewertungskriterien, wie die Lieferzuverlässigkeit, bieten sich für eine automatische Berechnung an. Das verringert den Bewertungsaufwand für die Einkäufer. Nach Abschluss des Bewertungsvorgangs sind das Auswerten der Ergebnisse und Aussprechen von Handlungsempfehlungen weitere Aufgaben des Datenanalysten.

Anforderungsprofil

Entscheidend für die Qualität eines Datenanalysten sind seine umfassenden Kenntnisse in den Bereichen Einkauf und IT, die ihn befähigen, sowohl zwischen beiden Abteilungen zu vermitteln als auch

die Effizienz der Zusammenarbeit zu steigern.

Eine analytische Denkweise und Zahlenverständnis sind elementar, um grosse Datenmengen zu analysieren und aussagekräftige Kennzahlen abzuleiten. Selbstverständlich ist auch Programmiererfahrung wünschenswert und ein sicherer Umgang mit MS Office in jedem Fall erforderlich. Darüber hinaus braucht es die Bereitschaft und Fähigkeit, sich schnell in eine neue technische Umgebung einzuarbeiten.

Ein Datenanalyst muss sorgfältig arbeiten können, denn der Aufbau einer Verhandlungsstrategie auf Basis fehlerhafter Zahlen kann gravierende Folgen für den Verhandlungserfolg haben. Zudem muss er pragmatisch sein. Je nach Datenlage ist es leicht, sich in Datenmengen zu verlieren. Aufwand und Nutzen sollten aber stets in einem gesunden Verhältnis zueinander stehen.

Fazit

Ist ein passender Datenanalyst gefunden, lässt sich dessen Mehrwert für die Einkaufsabteilung konkret in zwei Komponenten aufteilen.

Zum einen führt seine effiziente Arbeit mit den Daten in allen Kernprozessen zu Zeitersparnis. Zum anderen generiert er durch tiefgehende Analysen Informationen, die ohne Datenanalysten unter Umständen nicht verfügbar sind.

Stehen diese Informationen dem Einkauf jedoch zur Verfügung, kann dies ein spielentscheidender, strategischer Vorteil sein. ■



A l'interface entre achats et informatique

Plus-value de l'analyse des données: quelles sont les compétences requises?

Un bon analyste assure la qualité des données d'achat et assiste le service ad hoc dans tous les processus-clés de l'approvisionnement. Mais à quel profil doit-il correspondre pour générer une plus-value substantielle pour son entreprise?



Bernhard Höveler

Docteur en économie d'entreprise, il est le gérant associé de Höveler Holzmann Consulting, entreprise de conseil spécialisée dans les achats et la chaîne logistique.



Edwin Arnold

Mathématicien de formation, il occupe la fonction d'analyste de données chez Höveler Holzmann Consulting à Düsseldorf.

Par nature, les achats brassent d'importantes quantités de données: volumes d'achat des systèmes ERP tels que SAP, spécifications et fournisseurs ou encore offres des prestataires ... Et ce n'est là que le début d'une longue liste. Le savoir-faire adéquat permet d'exploiter toutes ces informations de façon pertinente afin d'assister le service des achats et de générer des économies significatives. Pour cela, il s'avère impératif de disposer de données fiables et de procéder à une évaluation la plus détaillée possible. Or en pratique, la qualité des données est souvent médiocre.

Pertinence de l'analyse

Le traitement des données en général – notamment avec des informations discordantes – exige toutefois des connaissances informatiques que beaucoup d'acheteurs n'ont pas. Sans compter qu'ils n'ont généralement pas la possibilité de se consacrer à l'analyse des données de base en marge de leurs tâches quotidiennes.

De leur côté, les collaborateurs du service informatique disposent rarement des connaissances néces-

saires en matière d'approvisionnement pour déduire des recommandations à partir des données existantes. Une organisation des achats intelligente permet de résoudre ce dilemme en mettant en place une analyse des données transparente et durable.

Afin de garantir la disponibilité à long terme de données de qualité, les analystes doivent pouvoir assister les achats dans trois processus-clés: le domaine opérationnel, la stratégie et la gestion des fournisseurs.

Compétence dans les processus

Pour être en mesure d'analyser les données, celles-ci doivent impérativement être transparentes, de façon à assurer la disponibilité permanente des informations pouvant motiver des décisions en matière d'approvisionnement.

Ces renseignements devraient permettre de répondre précisément aux «sept Q» des achats stratégiques: qui achète quoi, quand, à quel prix, auprès de qui, dans quelle quantité et via quel processus?

Au niveau opérationnel, le travail des analystes de données débute

dès la première commande. Il leur faut saisir, enregistrer, intégrer ou définir correctement les spécifications pour déterminer avec exactitude l'objet des achats.

À l'interface avec les services spécialisés impliqués, la tâche des analystes de données consiste à repérer les renseignements manquants ou les incohérences et à initier la résolution du problème en accord avec les deux parties. Lorsque la transparence et la concordance des données enregistrées sont garanties, les analystes doivent identifier des modèles récurrents, servant de base à l'élaboration de stratégies.

Dans le domaine des achats stratégiques, il s'agit de tirer profit de toutes les informations disponibles. On peut par exemple, à partir des données globales de l'entreprise, savoir dans quelle mesure il est possible de réaliser ou de renforcer un regroupement entre différents sites afin de créer des avantages quantitatifs. Autre tâche essentielle: le choix et le calcul des indicateurs.

Ces derniers constituent un outil de premier plan pour la gestion stratégique des achats.

Pour le troisième processus-clé, la principale mission des analystes de données réside dans le traitement des données nécessaires à l'évaluation des fournisseurs. Quelques critères, tels que la fiabilité des prestataires, permettent d'automatiser le calcul, allégeant ainsi la charge de travail de l'acheteur. Une fois le processus d'évaluation terminé, l'analyste doit encore interpréter les résultats et formuler des recommandations.

Profil d'exigences

La qualité d'un analyste de données est déterminée par ses connaissances globales dans les domaines des achats et de l'informatique, qui lui permettent aussi bien de faire office d'interface entre les deux services que d'accroître l'efficacité de la collaboration.

Un esprit analytique et une bonne compréhension des chiffres repré-

sentent des qualités élémentaires pour analyser d'importantes quantités de données et en déduire des indicateurs probants. En outre, il est évidemment souhaitable d'avoir une expérience de la programmation et absolument indispensable de savoir utiliser MS Office. De plus, la disposition et la capacité à s'adapter rapidement à un nouvel environnement technique s'imposent.

Un analyste de données doit pouvoir faire preuve de minutie dans son travail car une stratégie de négociation établie sur la base de chiffres erronés peut avoir de graves conséquences sur le succès des discussions. L'analyste doit en outre être pragmatique car on a parfois tôt fait de se perdre dans la masse des données. Il convient donc de toujours observer un bon équilibre entre investissement et bénéfices.

Conclusion

Une fois que l'on a trouvé un analyste de données adapté, sa plus-value pour le service des achats se traduit de deux manières différentes.

D'une part, son traitement efficace des données dans tous les processus-clés donne lieu à un gain de temps. D'autre part, il fournit par ses analyses approfondies des informations qui seraient dans certains cas inaccessibles sans lui.

Si ces renseignements sont mis à la disposition des achats, l'avantage stratégique peut s'avérer décisif. ■

