



Digital Purchasing Cockpit

Konzeption eines „Single Point of Truth“ zur ganzheitlichen Unterstützung des Einkaufs der Schaeffler Gruppe bei Tätigkeiten aus Lieferantenmanagement, Sourcing und Beschaffung

Aufgabenstellung/Zielsetzung

Wie sollte ein digitales Einkaufscockpit aussehen, mit der den Einkäuferinnen und Einkäufern innerhalb einer virtuellen Arbeitsumgebung an einer Stelle alle relevanten Informationen sowie geeignete Instrumente für die strategische Steuerung der Lieferanten-Abnehmer-Beziehung bereitgestellt werden können?

Teilziel 1:

Wie kann die Akzeptanz der späteren Nutzer gegenüber der radikalen Innovation durch das Purchasing Cockpit sichergestellt werden?

Teilziel 2:

Wie könnte sichergestellt werden, dass die Mitarbeiter ihre Arbeitsumgebung auf ihren individuellen Bedarf anpassen können und nur relevante Inhalte angezeigt werden?

Teilziel 3:

Wie sollte ein leistungsstarkes „Backend“ gestaltet sein, mit dem Daten gesammelt, gespeichert, aufbereitet und vom Einkauf genutzt werden können?

Teilziel 4:

Wie sehen konkrete Inhalte und Steuerungsinstrumente aus, die in Form von Applikationen über das Cockpit bereitgestellt werden können?

Teilziel 5:

Welcher qualitative und quantitative Nutzen kann mit diesem Konzept für die Schaeffler Gruppe geschaffen werden?

Vorgehensweise

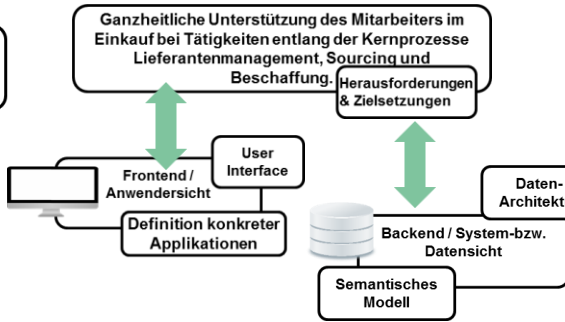
Methodik & Analyse



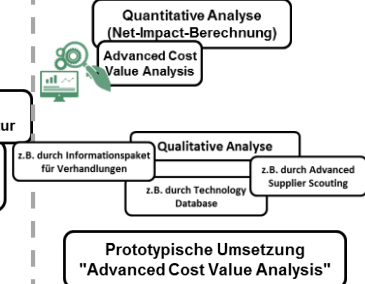
Auswertung, Konsolidierung und Strukturierung der Ergebnisse



Konzeption



Nutzenanalyse & Prototyp



Ergebnisse

Das Purchasing Cockpit stellt die Infrastruktur bereit, in der sich einzelne Applikationen in ein Gesamtbild einfügen und so ganzheitlich die Abläufe entlang der End-to-End-Prozesse im Einkauf unterstützen

Bereitstellung speziell auf die Bedarfe der Einkäufer ausgerichteter Inhalte in Form flexibel und individuell anpassbarer Applikationen mit Hilfe des „App Store“-Konzeptes

Konsolidierung, Aufbereitung und Bereitstellung von Daten und Informationen innerhalb der hybriden Multi-Cloud-Umgebung der Schaeffler Gruppe, der sog. „digitalen Plattform“



Optimierung der Abläufe im Einkauf durch die Schaffung von Transparenz über Problemstellungen & Ursachen – auch über mehrere Prozessschritte / Bereiche hinweg. Zusätzlich können wertvolle Informationen und Anwendungen anderer Unternehmensbereiche (Sales, Logistik, etc.) angebunden werden.

Logische Verknüpfung großer, unstrukturierter Datenmengen mit Hilfe modernster digitaler Technologien sowie des Schaeffler Semantic Information Model (SSIM)

