



Выгоды прозрачной цепочки поставок

Зачем повышать прозрачность поставок



Катя Колчанова, соосновательница бюро «Теперь так» и сервиса многооборотной оборотной посуды «Обратка»

1

Это повышает лояльность клиентов. 29% россиян хотят знать о происхождении товара (по исследованию PWC за 2019 год). В США таких покупателей 71% (по данным IBM). Чем честнее бренд со своими клиентами, тем выше их лояльность.

2

Этого ожидают инвесторы. Инвесторы видят, что бизнес соблюдает экологические и этические требования к производству, и готовы вкладывать в него деньги.

3

Это может стать отличительной чертой маркетинга. Например, компания Icebreaker производит спортивную одежду из шерсти новозеландских мериносов. У людей, обеспокоенных жестоким обращением с животными, к этой отрасли много вопросов. Однако компания смогла развеять сомнения клиентов: Icebreaker знает всех фермеров, с которыми работает, и регулярно проверяет условия содержания животных. А в магазинах компании транслируются ролики со всех этапов производства.

4

Это становится пропуском на мировой рынок. Прозрачность цепочки поставок — важный элемент корпоративной социальной ответственности. Она позволяет компании попасть на рынки Европы и других стран мира.

METRO



Академия устойчивого развития
для малого и среднего бизнеса

теперь (так)



Выгоды прозрачной цепочки поставок

Чек-лист Кати Колчановой: как сделать свою цепочку поставок прозрачнее



Катя Колчанова, соосновательница бюро «Теперь так»
и сервиса многооборотной оборотной посуды «Обратка»

- Предложить отделу закупок пройти этот курс.
 - Проследить всю цепочку поставок: что и у кого вы покупаете, откуда товар едет, какое сырьё и откуда использовано для его производства.
 - Организовать процесс так, чтобы стало проще отслеживать цепочку поставок.
 - Сформулировать свои «фильтры»: какими должны быть источники сырья и упаковка, какие ценности должны разделять ваши поставщики и подрядчики и т. д.
 - Оценить деятельность поставщиков на предмет соответствия вашим «фильтрам».
- Рассказывать своим покупателям о том, как меняется компания и совершенствуется цепочка поставок.
 - Пройти процедуру сертификации, в том числе экологической.
 - Рассказать поставщикам о планируемых изменениях в вашей работе с ними, о том, чего вы от них ждете, на какие показатели эффективности будете опираться в этой работе и почему для вас и для них это важно.
 - Прощаться с теми партнёрами, которые не проходят ваши «фильтры» и не хотят работать более устойчиво.

METRO



Академия устойчивого развития
для малого и среднего бизнеса

теперь (так)