

Contractmanagement heeft toekomst

Contractmanagement wint aan belang en heeft toekomst. Dat bleek tijdens het seminar Contractmanagement 'arrangeren en orkestreren' dat adviesbureau Sense FM op 11 oktober organiseerde. Een kort verslag.

Een mooie locatie (sterrenwacht Sonnenborgh in Utrecht), 65 aanwezigen, drie sprekers en een muzikale dagvoorzitter. Het waren de ingrediënten van een informatieve en onderhoudende middag over contractmanagement, georganiseerd door Sense FM, het adviesbureau van Wim van der Meer en Anton Daamen.

Na een welkomstwoord door Daamen en een muzikaal intro van de dagvoorzitter Richard de Hoop beet Philip Wagner (directeur/eigenaar van de Wagner Group en kerndocent bij de masteropleiding FM van AOG) het spits af met een presentatie over de postindustriële servicemaatschappij.

Wagner stipte diverse maatschappelijke ontwikkelingen aan die vanaf de jaren zestig hebben plaatsgevonden, waarbij het werken in fabrieken en kantoren steeds meer plaatsmaakt voor 'werken overal en altijd'. Ook behandelde hij enkele fundamentele maatschappelijke veranderingen (zoals de vergrijzing en de opkomst van de doorvoereconomie) en de fundamentele problemen waarmee we te maken hebben (hoge kostenvoet van arbeid, achterblijvende kennisintensiteit). Ook de kosten van marktwerking en het (on)bewust marktfalen werden hierbij belicht.

Serviceleadership

'In de dienstverlening gaat het steeds meer om *serviceleadership*', betoogde Wagner, waarbij het gaat om het verkrijgen van een vooraanstaande positie in de dienstverlening naar klanten. Om die positie te bereiken moet een

aantal dingen gebeuren: mensen in een organisatie moeten zich *persoonlijk* verantwoordelijk voelen ('Werknemers moeten zich realiseren dat zij de organisatie zijn en dat zij de dienst leveren') en de samenwerking met anderen moet meer gebaseerd worden op *vertrouwen* en *verbinden*.

Inkoop bij TNT

Na deze theoretische beschouwing kwam inkoopmanager Peter Mahler van TNT aan het woord. Hij ging in op de praktijk van inkoop bij TNT. Na zijn schets van het speelveld van inkoop lichtte hij het centrale uitgangspunt van inkoop toe. 'We willen goede leveranciers die goede diensten leveren waar interne klanten tevreden over zijn.'

Mahler besprak verder de manier waarop TNT met resultaatgerichte contracten omgaat. Zaak is te werken met heldere KPI's (SMART), met duidelijke kwaliteitsnormen en met periodieke rapportages. 'Bij de leveranciersbeoordeling betrekken we zaken als kwaliteit, responstijd en klanttevredenheid, maar we doen ook aan leveranciersevaluatie waarbij een groep topmanagers de leverancier beoordeelt.'

Contractmanager

Wim van der Meer behandelde de visie van Sense FM aan de hand van een aantal modellen zoals het regieplusmodel, het cyclisch inkoopprocesmodel van facilitaire diensten en het K3-model (kwaliteit, klantbeleving en kosten). Interessant was de peiling die hij onder de aanwezigen deed: wie is van mening dat contractmanagement in zijn eigen organisatie professioneel



V.l.n.r. Philip Wagner (AOG/Wagner Group), Wim van der Meer (Sense FM), Richard de Hoop (dagvoorzitter), Peter Mahler (TNT Post) en Anton Daamen (Sense FM).

is georganiseerd? Slechts enkele handen gingen omhoog.

Van der Meer schetste daarnaast een toekomstbeeld met voor contractmanagement een duidelijke rol, want door de groei van zowel de facilitaire markt als de mate van uitbesteding kan het niet anders dan dat contractmanagement aan belang gaat winnen. 'Een goed instrumentarium vormt de basis, maar het verschil wordt gemaakt door de vaardigheden en ervaring van de contractmanager', aldus Van der Meer.

Slotakkoord

Het slotakkoord was in handen van dagvoorzitter Richard de Hoop. Met muziek als metafoor bracht hij de aanvankelijk wat afwachtende zaal het laatste half uur in beweging met als climax een collectief meegezongen 'Can't you feel a brand new day!'. «