



# UPPHANDLING

*Vem lurar vem?*

---

Ämne: Upphandlingar inom Toyota  
Presentatör: Benny Dahlström, Toyota



# Upphandlingar

Är beroende av bra relationer!

FR Forum 2000 28 april 2009

Benny Dahlström - Toyota Sweden AB

# Vår företagsfilosofi är grunden i alla mål som vi sätter



# Strategi för att vinna upphandlingar inom offentlig sektor (LOU)

Databas för att hitta offentliga affärer

Definiera en säljprocess och en köp-process

Tydlig rollfördelning  
Vem gör vad!

Checklista

Utbildad personal



# Kommunen är ofta den största kunden på orten

Bästa referensen på orten

Ett vinnande anbud svar ger ofta hög försäljning

Återförsäljaren kan säkra beläggning på verkstaden för ett par år framöver

Anställa fler medarbetare

# Vilka marknadsföringstrategier lämpar sig bäst?

Vara delaktig i samhällsdebatten

Bra relationer till avtalsparten

Planera egna och delta i seminarier som berör intressanta frågor som t.ex. miljöstrategi, säkerhet, kvalitet.

Kontinuerligt informera om vilka produkter som är aktuella

# Hur marknadsför sig våra återförsäljare till våra avtalsparter

Hela tiden en strävan att göra sig till nytta

Förenkla beställningsprocessen

Säkerställa att säljprocessen fungerar med återkommande uppföljningar

En kontaktperson

Visa produkter på plats hos kund

Lånebilar vid service

# Vilka miljökrav ställer kommunerna?

Måste bilarna vara miljöbilar och i så fall vilken definition tillämpas?

HA-fria däck?

Transportbilar, vad gäller?

Miljökrav på leverantören (Toyota återförsäljare)

Vanliga frågor och svar om miljö från offentlig sektor på vårt intranet.

# The Toyota Way

Toyota Sweden AB



# Toyotas Historia

Tidigt 1900-tal:

Japans första helautomatiserade vävstol



1937 : Toyota Motor Corporation



# Toyota Motor Corporation

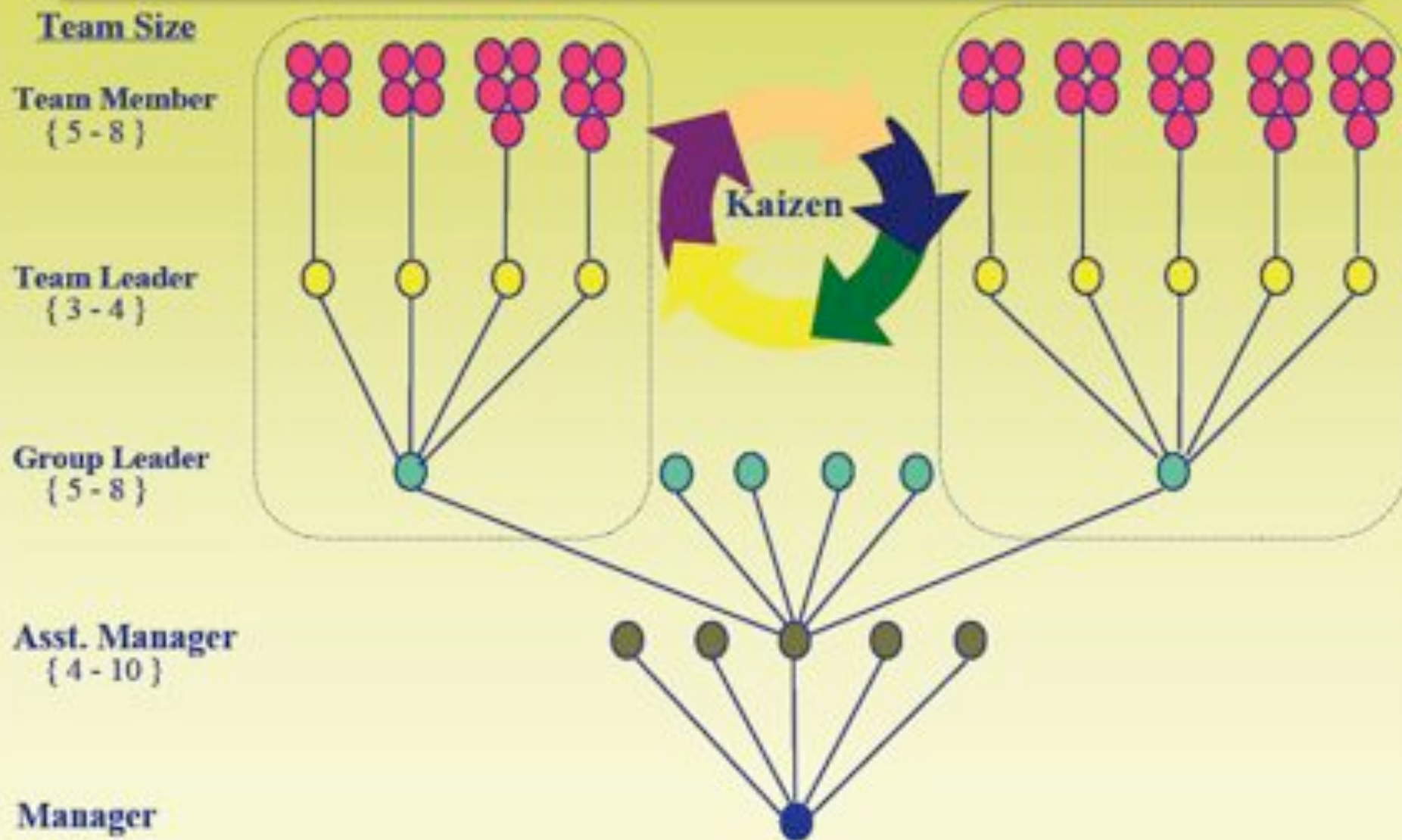
- En av världens ledande biltillverkar
- 67 fabriker i världen
- 8,9 miljoner bilar 2008
- Ca 304 000 anställda
- Försäljning i 172 länder



# The Toyota Way

- Har djupa rötter och härrör ur en arbetsfilosofi grundad på **insikter om människor och deras motivation.**
- Är en kultur som baseras på **långsiktigt tänkande**, även om det sker på bekostnad av kortsiktiga ekonomiska mål

## Typical Toyota Organization to support Continuous Improvement



Source: Bill Costantino, former group leader, Toyota, Georgetown.

# Toyotas värderingar

- **Utmaningar:** Vi antar utmaningar med mod och kreativitet för att nå våra mål. Vi välkomnar problem!
- **Kaizen:** Vi förbättrar vår verksamhet kontinuerligt.
- **Genchi Genbutsu:** Vi går till källan för att hitta fakta för korrekta beslut.
- **Respekt:** Vi anstränger oss för att förstå varandra, tar ansvar och gör vårt bästa för att skapa ömsesidigt förtroende.
- **Teamwork:** Vi stimulerar personlig och professionell utveckling. Individerna levererar och tillsammans är vi starka.

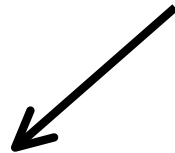
# Få bort allt slöseri

- Överproduktion
- Väntan
- Onödiga transporter
- Onödigt eller felaktigt utfört arbete
- Onödigt stora lager
- Onödiga rörelser och förflyttningar
- Misstag och korrigeringar
- Outnyttjad kreativitet

# Superior Quality i 360-grader



# Superior Quality & Optimism



**Superior Quality**

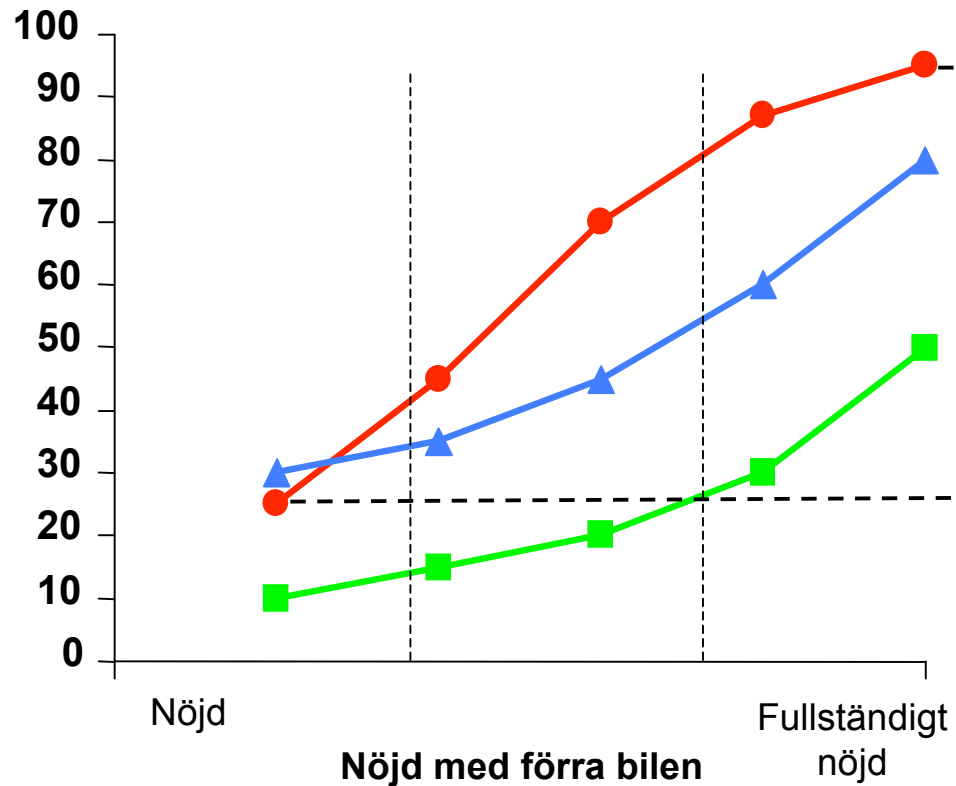
= varumärkets löfte

**Optimism**

= varumärkets attityd

# CCS ger rekommendationer

% som definitivt rekommenderar



Rekommendationen av Toyota är 3,5 gånger högre när kunderna är fullständigt nöjda

25% → 90%

- Rekommenderar bilen
- Rekommenderar samma märke
- Rekommenderar ÅF

# Tack

