

Semplificare la gestione dei fornitori:

Una guida per costruire un portale fornitori efficace



Introduzione

I fornitori sono fondamentali per il successo della tua attività. Quanto più efficacemente i fornitori sono in grado di fornire i materiali, i ricambi e i servizi di cui hai bisogno, tanto meglio e più rapidamente potrai supportare i tuoi clienti. Anche ottimizzare la gestione dei fornitori può aiutarti a ridurre i costi operativi, a rendere più precise le previsioni di inventario e spedizione e a ridurre il rischio di volatilità dei prezzi.

Tuttavia, man mano che le reti di fornitori si fanno più globali, diventano sempre più complesse e richiedono la gestione di una serie di sistemi ed EDI diversi. Inoltre, per gli acquirenti può essere difficile ottenere visibilità su queste interazioni, poiché c'è poca chiarezza su ciò che accade nel back-end.

Senza questa trasparenza, queste tecnologie potrebbero non rivelarsi all'altezza e i team dovranno comunque gestire alcuni processi manualmente, con conseguenti disallineamenti, sprechi di risorse e opportunità mancate.

Ciò di cui hai bisogno è una finestra sui tuoi sistemi che offra visibilità per semplificare i processi e lavorare in modo più efficace con i fornitori: un portale fornitori.

In questo ebook esploreremo cinque casi d'uso che un portale fornitori può aiutare a risolvere per aumentare l'efficienza sia per i team interni **che per** i fornitori:

- 1 Automatizzare il processo di onboarding**
- 2 Fornire un unico luogo per la comunicazione e la collaborazione**
- 3 Fornire ai fornitori funzionalità self-service**
- 4 Digitalizzare e automatizzare i processi dei fornitori**
- 5 Monitorare e migliorare le prestazioni dei fornitori**

Come costruire un portale che i tuoi fornitori saranno felici di utilizzare

Come abbiamo visto, un portale fornitori efficace deve essere posizionato al di sopra dei sistemi esistenti e fungere da finestra su ciò che sta accadendo nel back-end. Per farlo, crea il tuo portale fornitori con una soluzione flessibile, ad esempio una [piattaforma di esperienza digitale \(DXP\)](#).

Una DXP è un software aziendale che fornisce alle aziende le basi per offrire esperienze digitali connesse e contestualizzate in più punti di contatto per l'intero percorso del cliente. Le DXP offrono funzionalità pronte all'uso per supportare e accelerare la composizione, la gestione e l'ottimizzazione delle esperienze digitali, tra cui:



Gestione delle risorse digitali



Gestione di multi-sito



Funzionalità commerciali



Funzionalità cloud



Personalizzazione



Controllo degli accessi e tutela della privacy



Ricerca e navigazione

Ma ciò che contraddistingue le DXP è la loro capacità di integrarsi con altre tecnologie e di fungere da interfaccia per aggiungere dati pertinenti. Pertanto, non solo puoi utilizzare una DXP per creare più velocemente un portale per i fornitori, ma la sua adozione ti aiuterà anche a consolidare i dati provenienti da sistemi esterni per offrire visibilità sui processi comuni direttamente dal portale dei fornitori.



Tra i fornitori DXP, Liferay è stata riconosciuta per i suoi punti di forza di integrazione, adatta a scenari B2B complessi e per il basso costo totale di proprietà. Le aziende di tutto il mondo si sono affidate a Liferay DXP per i seguenti motivi:

- **Elevata personalizzazione e flessibilità per l'integrazione dei sistemi.** Liferay consente una facile interazione con canali e applicazioni di terze parti. Il framework di integrazione, i connettori e la libreria di API di Liferay facilitano la personalizzazione e le integrazioni, e sono configurabili anche dagli utenti non tecnici.
- **Solida gestione degli utenti e delle identità per esperienze personalizzate e sicure.** Le esperienze autenticate sono uno dei principali punti di forza di Liferay. Liferay consente di creare e gestire facilmente diversi ruoli utente, utilizzando diritti di accesso granulari in combinazione con la personalizzazione per garantire che i contenuti mostrati agli utenti siano pertinenti e autorizzati.

Scopri di più su Liferay DXP [qui](#).

1. Semplifica il processo di onboarding

La selezione e l'onboarding dei fornitori giusti è fondamentale per il successo della catena di fornitura, ma questo processo può richiedere molto tempo, a volte fino a sei mesi nelle organizzazioni più grandi.¹ **Invece di utilizzare riunioni di persona, telefono, e-mail o fax per trovare e formare nuovi fornitori, puoi utilizzare la tecnologia per eliminare le inefficienze e offrire una migliore esperienza di onboarding.**



Convalidare e approvare i fornitori. I potenziali fornitori possono per prima cosa registrare il loro interesse tramite un modulo e compilare tutte le informazioni necessarie su prezzi, prodotti e conformità. Possono verificare automaticamente i loro numeri di identificazione fiscale e altri dati critici con flussi di lavoro personalizzati. Inoltre, è possibile automatizzare il rilevamento delle frodi e controllare i fornitori rispetto agli elenchi di sanzioni commerciali delle Nazioni Unite e ad altri database vietati.



Definire percorsi dettagliati in base a segmenti e ruoli utente. L'onboarding non è un'esperienza uguale per tutti. La tua azienda può collaborare con una varietà di fornitori diversi e, all'interno di queste organizzazioni di fornitori, esistono diversi team e ruoli utente che richiedono un onboarding specializzato.

Utilizza una piattaforma in grado di modellare i gruppi di utenti in base a criteri di segmentazione, come tipo di lavoro, tipo di fornitore, livello di priorità, ecc. Il raggruppamento degli utenti in segmenti consente di impostare diversi livelli di accesso tramite ruoli e autorizzazioni. Una volta definiti questi segmenti, è anche possibile stabilire flussi di lavoro di onboarding specifici per ciascuno. All'interno di questi flussi di lavoro, puoi delineare tutti i passaggi necessari e la loro sequenza, assicurandoti che siano in linea con le esigenze specifiche di ciascun segmento.

Parte di questo processo può includere la progettazione di un'esperienza di onboarding che richieda ai responsabili delle vendite di accettare un'informativa sulla privacy o di seguire la formazione richiesta.

6 mesi

è il tempo necessario per l'onboarding di un nuovo fornitore in molte grandi organizzazioni.²

¹ The Monthly Metric: Time to On-Board a New Supplier

² The Monthly Metric: Time to On-Board a New Supplier

Potrebbe anche essere necessario progettare un'esperienza di onboarding in cui un manager deve firmare prima di passare l'intero account alla fase successiva..



Fornire ai fornitori le informazioni di cui hanno bisogno. I percorsi e le funzionalità di segmentazione possono essere utilizzati anche per curare i contenuti, guidando i fornitori verso le risorse giuste (video, demo, manuali, e-learning e altri contenuti) mentre avanzano nel loro onboarding. Ad esempio, puoi progettare un flusso di lavoro di onboarding per il team finanziario dei tuoi fornitori che li guidi con video dimostrativi per spiegare come monitorare e controllare lo stato delle fatture e dei pagamenti. In alternativa, puoi creare un'esperienza di onboarding separata con una documentazione che spieghi come i gestori dell'inventario possono utilizzare i dati in tempo reale per prendere decisioni informate.

Inoltre, consolida le domande frequenti, i link visitati più spesso, l'accesso alle knowledge base e la documentazione importante in dashboard personalizzate. Tutto ciò aiuterà i fornitori a comprendere i processi di acquisto senza bisogno dell'intervento di un rappresentante.

Invece di coinvolgere direttamente i fornitori nel processo di vendita, assicurati che abbiano gli strumenti e le risorse per imparare a fare business con te in modo autonomo. **Un onboarding adeguato è il primo passo per stabilire una partnership a lungo termine con i fornitori.**

Scopri come offrire esperienze più pertinenti e **personalizzate** ai tuoi fornitori con Liferay [qui](#).

2. Fornire un unico luogo per la comunicazione e la collaborazione

Secondo Gartner, il principale problema aziendale dei portali fornitori è la comunicazione inefficiente con i fornitori stessi.³ In particolare modo, con una rete di fornitori in crescita, potrebbe essere difficile fornire loro informazioni accurate e aggiornate.

Essendo un'unica soluzione su cui i fornitori possono fare affidamento per informazioni e comunicazioni, puoi sfruttare il portale per:



Archiviare e gestire documenti importanti come contratti, certificazioni fiscali e aziendali, listini prezzi, specifiche di prodotto, politiche di reso e politiche di garanzia. Poiché la gestione dei documenti è semplificata attraverso un'unica piattaforma che funge da unica fonte di informazioni, i fornitori non si confonderanno su dove caricare la documentazione. Inoltre, i team interni possono cercare e sfogliare i documenti caricati in modo più efficiente.



Comunicare con i fornitori prima che i dati vengano inseriti nei sistemi di back-end. Ad esempio, puoi negoziare prezzi e contratti con i fornitori prima di finalizzare tali informazioni nei tuoi ERP. In alternativa, per i distributori e i rivenditori, è possibile modificare le informazioni e le descrizioni dei prodotti prima che i fornitori inseriscano il PIM.



Risolvere i problemi senza dover utilizzare il telefono o l'e-mail. Ad esempio, se i fornitori hanno bisogno di rettificare una fattura, possono modificarla direttamente o lasciare un commento sul portale fornitori, eliminando la necessità di telefonate o corrispondenza via e-mail.



Innovare e collaborare a più stretto contatto con i fornitori.

Ad esempio:

- I **produttori** possono ospitare discussioni sui prodotti e sulla progettazione di nuovi componenti utilizzando strumenti di messaggistica, bacheche e commenti.
- Le **società di logistica** possono raccogliere feedback e idee dai loro fornitori per migliorare i processi.
- Le **organizzazioni sanitarie** possono negoziare ordini personalizzati per forniture e dispositivi medici, forniture di laboratorio, attrezzature protettive e sconti per acquisti in blocco.

Scopri perché il CMS di Liferay è riconosciuto dagli analisti.

Scopri [qui](#) come consentire ai tuoi team aziendali di creare, organizzare e gestire le loro risorse digitali in modo più efficiente.

³ Quick Answer: 3 Options When Deploying a Supplier Portal

3. Offri ai fornitori funzionalità self-service

Con un portale fornitori, puoi offrire ai tuoi fornitori funzionalità self-service che consentano di completare molte attività in modo autonomo, liberando il tuo team per gestire lavori più strategici.

Tuttavia, il self-service non si limita a rendere i processi più semplici ed efficienti per fornitori e acquirenti. Contribuisce a garantire la conformità e l'accuratezza. Un sistema digitale assicura che ogni fattore di conformità sia tracciato e controllato lungo tutto il percorso, in modo da evitare problemi legali in seguito. E poiché i fornitori devono inserire manualmente meno informazioni, i sistemi digitali possono limitare gli errori umani che potrebbero portare a ritardi nei pagamenti o controversie.

Di quali funzionalità self-service hanno bisogno i fornitori? I fornitori hanno bisogno di:



Gestire i propri account. Quando i fornitori ottengono l'accesso dopo la registrazione, devono essere in grado di modificare e controllare gli account senza contattare il team di supporto. Ciò si rivelerà particolarmente utile per i fornitori con nuovi utenti che si uniscono o se ne vanno. L'assegnazione di un ruolo di amministratore consente a un membro del team dei fornitori di gestire le autorizzazioni degli utenti, gli account e le password.



Accedere al portale su più dispositivi e canali. I fornitori potrebbero non essere sempre alla scrivania o al computer. Se si trovano in fabbrica o in cantiere, dovranno accedere al portale su un altro tipo di dispositivo. Fornisci un accesso multicanale 24 ore su 24, 7 giorni su 7 su qualsiasi dispositivo, ovunque si trovi il fornitore.

15 - 20%

del personale dell'ufficio contabilità di un'organizzazione risponde alle chiamate dei fornitori che riguardano domande di routine su argomenti come lo stato delle loro fatture, pagamenti, eccetera.

⁴ Vendor Self-Service Portal | Aavenir



Accedere e trovare rapidamente le informazioni pertinenti. Puoi utilizzare la tecnologia in diversi modi per aiutare i fornitori a navigare con successo tra le risorse disponibili e far progredire la catena di fornitura. Inoltre, consentire ai fornitori di trovare informazioni come ordini, fatture e pagamenti riduce rapidamente il lavoro di assistenza del personale con strumenti come:

- **Knowledge base e domande frequenti.** Consolida le domande e gli argomenti più frequenti sulle regole di coinvolgimento in una knowledge base o in una pagina di domande frequenti e consenti ai fornitori di cercare e filtrare facilmente le risposte in base alle loro esigenze.
- **Risultati di ricerca e consigli personalizzati.** Ottieni risultati di ricerca pertinenti sfruttando le funzionalità di segmentazione. Puoi visualizzare determinati risultati in base alla funzione di lavoro, al tipo di fornitore, alla cronologia di ricerca, alla posizione ecc. Fornendo risposte personalizzate, i fornitori dovrebbero essere in grado di ottenere tutte le informazioni di cui hanno bisogno senza contattare un team di assistenza. Ad esempio, per un fornitore che vende principalmente chip semiconduttori a un produttore di smartphone, puoi assegnare priorità ai contenuti e ai risultati di ricerca relativi ai semiconduttori.
- **Strumenti moderni come Applied AI/ML** che semplificano il targeting dei risultati di ricerca e dei contenuti in base al comportamento di ricerca degli utenti che si trovano in un ruolo o segmento simile.
- **Collegamento di documenti e informazioni correlati.** Invece di dover cercare la documentazione nelle proprie e-mail o nei sistemi esterni, un portale fornitori dovrebbe essere in grado di raccogliere e collegare le informazioni correlate. Ad esempio, se un fornitore sta esaminando un ordine specifico, deve anche essere in grado di accedere facilmente alla relativa fattura e a qualsiasi altra comunicazione correlata.
- **Forum della comunità.** Offri ai fornitori la possibilità di pubblicare domande e cercare tra i problemi già risolti. I forum non solo consentono ai fornitori di interagire con la tua organizzazione, ma ti offrono anche visibilità sulle sfide e le domande che potrebbero incontrare. Ad esempio, se più fornitori pubblicano informazioni su come accedere alle previsioni, è possibile modificare la posizione in cui vengono visualizzate queste informazioni o modificare il processo di onboarding per evidenziare meglio questa funzionalità.

Scopri [qui](#) come utilizzare le funzionalità di ricerca nativa di Liferay per guidare gli utenti a trovare i contenuti di cui hanno bisogno più rapidamente.

4. Digitalizzare e automatizzare i processi dei fornitori

Senza un'unica interfaccia per gestire le interazioni con i fornitori, potresti trovarti a ricorrere a processi manuali per gestire attività come l'approvvigionamento e il pagamento. Una solida DXP integra strumenti importanti, inclusi ERP e CRM, consentendo di digitalizzare e automatizzare i processi migliorando al contempo la trasparenza complessiva.

Un modo efficace per effettuare l'automazione è creare flussi di lavoro su misura per la tua rete di fornitori unica. Questi flussi di lavoro possono trasmettere le informazioni a sistemi diversi senza dover uscire dal portale dei fornitori. Ad esempio, è possibile creare flussi di lavoro per:



Acquisire le risposte agli ordini di acquisto e monitorare il loro stato per vedere se sono state accettate o rifiutate. Puoi creare un flusso di lavoro per monitorare l'avanzamento degli ordini di acquisto, impostando uno SLA per attivare i promemoria automatici per i fornitori se non ricevi una risposta entro cinque giorni lavorativi. Trascorsi altri cinque giorni lavorativi, il sistema può rigenerare e reindirizzare automaticamente l'ordine di acquisto a un fornitore alternativo.



Consentire ai fornitori di avere visibilità sulle modifiche richieste a una fattura. Se rifiuti una fattura o hai bisogno di apportare modifiche, i fornitori saranno in grado di vedere cosa deve essere modificato e di apportare gli aggiornamenti necessari senza uscire dal portale fornitori.



Suddividere automaticamente gli ordini che richiedono l'evasione da parte di fornitori diversi. Quando invii un ordine di acquisto che richiede l'attenzione di più fornitori, puoi creare un flusso di lavoro per dividerlo in sotto-ordini da evadere in modo indipendente.

5. Monitora e migliora le prestazioni dei fornitori

Sai chi sono i fornitori che stanno ottenendo buoni risultati, ovvero quelli con cui vorresti continuare il tuo rapporto di lavoro?

Una DXP solida può aiutarti a far emergere informazioni sulle prestazioni dei fornitori, per aiutarti a prendere decisioni strategiche:



Definire gli SLA e fornire metriche per i flussi di lavoro, come indicato nel caso d'uso precedente. Se i fornitori non riescono a soddisfare gli SLA o gli obiettivi stabiliti, puoi decidere se mantenere la partnership o cercare un fornitore alternativo in grado di allinearsi agli SLA impostati.



Far emergere le informazioni dagli EDI, mostrando metriche come il tempo di evasione e l'accuratezza. L'utilizzo di informazioni EDI integrate consente di identificare e dare priorità ai fornitori affidabili per una collaborazione continua.



Integrazione con i sistemi di analisi back-end. Il portale fornitori può connettersi al tuo sistema di BI o ad altri strumenti di analisi, fornendo un'interfaccia unificata per la visualizzazione di metriche e report.

Le prestazioni dei fornitori sono solo un aspetto della storia: anche i tuoi fornitori devono essere in grado di fornire un feedback sul portale fornitori e su come migliorarlo per supportarli meglio.



Incoraggia il coinvolgimento dei fornitori e costruisci relazioni più solide offrendo loro l'opportunità di condividere le loro opinioni e richieste.



Raccogli feedback e acquisisci i suggerimenti per miglioramenti tramite moduli di sondaggio. In sostanza, il tuo portale fornitori avrà il successo che i tuoi fornitori gli riconosceranno.

Lavorare in modo più efficiente con i fornitori utilizzando Liferay DXP

Per realizzare questi cinque casi d'uso, è necessaria una DXP robusta in grado di fornire sia le informazioni necessarie sui sistemi di back-end, sia la capacità di semplificare i processi all'interno di tali sistemi.

Con Liferay DXP, otterrai una piattaforma che ti consente di creare un portale fornitori adatto alla tua rete unica. Utilizza le solide funzionalità di creazione dei siti e l'architettura flessibile di Liferay DXP per creare un'interfaccia sovrapposta ai tuoi sistemi esistenti, offrendoti una visibilità fondamentale nelle interazioni con i tuoi fornitori.



Scopri come Liferay può aiutare la tua azienda:

www.liferay.com/supplier-portals

Scopri Liferay DXP con una demo:

www.liferay.com/request-a-demo





Liferay supporta le aziende nella creazione di esperienze digitali su web, dispositivi mobili e connessi. La nostra piattaforma è open source, caratteristica che la rende più affidabile, innovativa e sicura. Il nostro impegno è volto a lasciare un segno positivo attraverso la nostra attività e tecnologia. Migliaia di aziende attive in numerosi settori, tra cui quello finanziario, pubblico, sanitario, assicurativo, retail, manifatturiero, si sono affidate a Liferay. Visita il nostro sito liferay.com.

© 2024 Liferay, Inc. Tutti i diritti riservati.