



NEVI BELEIDSVISIE 2010-2014



Excellent KennisNetwerk – Thought Leader – Opinion Leader

VOORWOORD

Voor u ligt de NEVI Beleidsvisie 2010-2014, die op hoofdlijnen de koers uitzet voor de komende vier jaar. Niet alleen is deze Beleidsvisie een logisch vervolg op de ingezette koers van de afgelopen jaren, NEVI geeft hiermee ook een pro-actieve invulling aan de huidige maatschappelijke ontwikkelingen en de positie van inkoop hierbij.

NEVI wil in 2014 flinke stappen gezet hebben op de volgende drie gebieden:

- NEVI als KennisNetwerk
- NEVI als Thought Leader
- NEVI als Opinion Leader

Daarmee legt NEVI de lat hoog. Onze ambitie is om een essentiële bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van de inkoopprofessional, de positie van de inkoopfunctie binnen de organisatie, én aan een duurzame samenleving.

In deze Beleidsvisie worden de ambities op hoofdlijnen geschetst. Het de kapstok voor het beleid van NEVI met een impressie van het einddoel, een richtsnoer voor de activiteiten in de komende jaren. De concrete uitwerking in 'en nu aan de slag' valt buiten het bestek van deze notitie. Deze uitwerking zal plaatsvinden in een Meerjarenplanning, waarin de doelstellingen, strategieën en te nemen stappen in onderlinge samenhang worden uitgewerkt. Vervolgens vertalen wij dit weer in activiteitenjaarplannen met duidelijke KPI's en meetbare doelstellingen.

Het belang van deze werkwijze is dat de handen en voeten ook daadwerkelijk doen wat het hoofd had bedoeld...

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Managementsamenvatting	4
1. Stand van zaken NEVI	7
1.1 Inleiding	
1.2 De Beleidsvisies als keten	
1.3 Onderzoeken	
1.4 Missie en Visie 2010-2014	
2. Beleidslijn 1: NEVI KennisNetwerk	10
2.1 Stand van zaken	
2.2 Doelstellingen 2010 – 2014	
2.3 Kernthema's	
3. Beleidslijn 2: NEVI Thought Leader	13
3.1 Stand van zaken	
3.2 Doelstellingen 2010 – 2014	
3.3 Kernthema's	
4. Beleidslijn 3: NEVI Opinion Leader	15
4.1 Stand van zaken	
4.2 Doelstellingen 2010 – 2014	
4.3 Kernthema's	
Totstandkoming en implementatie van deze Beleidsvisie	17
Bijlage: Trends en ontwikkelingen	18

Managementsamenvatting

Inleiding

Het inkoopvak verandert sterk. De dynamiek is enorm. De afgelopen jaren vond een belangrijke herwaardering plaats van inkoop en supply management. Deze aandacht voor de inkoopfunctie vertaalt zich ook in maatschappelijke aandacht (onder andere duurzaamheid) voor de inkoopfunctie bij het bedrijfsleven, de overheid en de samenleving. De betrokkenheid van inkoop bij de realisatie van de organisatiedoelstellingen wordt steeds groter.

NEVI heeft in deze ontwikkelingen een belangrijke rol. Enerzijds om de inkoopprofessional te ondersteunen in zijn ontwikkeling en anderzijds om het belang van de professionalisering van de inkoopfunctie uit te dragen binnen de inkoopwereld en de samenleving. In de afgelopen jaren heeft NEVI een bijdrage geleverd aan de kennisontwikkeling binnen de inkoopwereld en de rol van inkoop binnen de organisatie en de samenleving aan de orde gesteld. NEVI heeft de ambitie om de rol van inkoop en supply management steeds duidelijker te positioneren. Dit doet NEVI vanuit de kracht van de kennis die binnen haar netwerk aanwezig is en vanuit haar integriteit.

NEVI concretiseert haar ambitie langs drie beleidslijnen:

- NEVI als KennisNetwerk
- NEVI als Thought Leader
- NEVI als Opinion Leader

Elk van deze beleidslijnen geeft uitwerking aan een aantal van de kernthema's van NEVI:

- Globalisering en internationalisering
- De rol van de inkoopfunctie binnen het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)
- Van inkoop naar supply management
- Inkoop in specifieke sectoren
- De maatschappelijke rol van inkoop
- Nieuwe media en social networks

NEVI als KennisNetwerk

NEVI is het knooppunt van mensen en kennis in het inkoop en supply management proces. Centraal staat het bijeen brengen van mensen om kennis en ervaring te delen – en daarmee dus te groeien. NEVI heeft een krachtig en dynamisch netwerk waarin kennis wordt gedeeld en waaraan kennis wordt ontleend. NEVI zal in de komende beleidsperiode haar netwerk verder optimaliseren. Dit betekent dat NEVI haar positie in speerpuntsectoren (Bouw, Zorg, Publiek, Zakelijke dienstverlening en Industrie) zal innemen, uitbreiden en consolideren, waarbij samenwerking wordt gezocht met relevante stakeholders. NEVI neemt haar verantwoordelijkheid inzake het maatschappelijke verantwoord inkopen door evenementen en activiteiten te organiseren, kennis en diensten aan te bieden, maar ook door het MVO-beleid binnen haar eigen activiteiten te implementeren. NEVI is actief in internationale netwerken en ontsluit deze ten behoeve van kennis en leden. NEVI organiseert en geeft excellente bijeenkomsten, trainingen en opleidingen, waarbij de behoeften van leden en klanten centraal staan. NEVI maakt als fast follower gebruik van nieuwe media en social networks bij haar dienstverlening aan leden en klanten.

NEVI als Thought Leader

Vanuit het KennisNetwerk (inkoopprofessionals, organisaties, inkoopadviesbureaus, wetenschap en onderwijs) wordt al enige jaren kennis vergaard, bewerkt en gedeeld. Dit zal worden uitgebreid naar de ontwikkeling en borging van kennis. NEVI zal zich ontwikkelen tot Thought Leader op het gebied van inkoop en supply management. Op internationaal vlak zal NEVI erkend worden als topkennisinstituut. NEVI heeft de kennis in huis op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI),

met daarbij de prioriteit op MVI-kennis ten aanzien van de speerpuntsectoren. In deze sectoren wordt NEVI gezien als voorkeurspartner voor kennis. NEVI levert die kennis en tools aan inkoopprofessionals en organisaties die de plaats van de inkoopfunctie binnen de organisatie verder versterken. NEVI maakt optimaal gebruik van nieuwe media (webinars, E-learning etc) om kennis te verspreiden. De dienstverlening van NEVI zal zijn uitgebreid tot en met het borgen van de getrainde of gedoceerde inkoopkennis: van kennistransfer naar kennisimplementatie. NEVI zal investeren in research and development om de kennisontwikkeling te stimuleren.

NEVI als Opinion Leader

Het KennisNetwerk en de aanwezige kennis binnen NEVI zijn de basis voor de maatschappelijke verantwoordelijkheid die NEVI wenst te nemen. In haar missie geeft NEVI aan het knooppunt te zijn voor het delen van kennis en ervaring. Kennis en ervaring die bijdragen tot verdere ontwikkeling van de inkoopprofessional en de doelstellingen van de organisatie. NEVI zal vanuit haar kennis haar opvatting naar voren brengen en (politieke) besluitvorming beïnvloeden als het gaat om onderwerpen die de inkoopfunctie raken en die in het belang zijn van de samenleving. De rol van de inkoopfunctie binnen het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is hierbij essentieel thema. Inkoop staat immers aan de poort van het MVO-beleid van elke organisatie. Vanuit de rol van Opinion Leader zal NEVI ook bijdragen aan inkoopinnovatie en de verdere ontwikkeling van inkoop en supply management. NEVI wordt gezocht om haar inbreng te leveren. NEVI is beleidsvormend en opiniërend en voert een actief PA beleid.

NEVI Beleidsvisie 2010-2014

De NEVI Beleidsvisie geeft de globale richting van de doelstellingen en activiteiten van NEVI in de komende vier jaren. De strategische uitwerking van de Beleidsvisie vindt plaats in een Meerjarenplanning, waarin per doelstelling de strategie wordt aangegeven met de gevolgen voor organisatie en middelen. Deze Meerjarenplanning wordt vervolgens uitgewerkt in activiteitenjaarplannen met concrete doelstellingen en targets die SMART zijn.

Beleidslijn	KennisNetwerk	Thought Leader	Opinion Leader
Doelstelling	Optimalisering KennisNetwerk Unieke (relationele) vorm van NEVI	Ontwikkeling tot topkennisinstituut Kennis is de basis voor NEVI	Erkend maatschappelijke speler Vanuit kennis en integriteit
Activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> • Kennis delen • Dynamisch en actief netwerk • Kennis vergaren • Trainingen en opleidingen • Bijeenkomsten en evenementen • Gericht op het inkoopnetwerk 	<ul style="list-style-type: none"> • Kennis ontwikkelen • Kennis borgen en implementeren • Regisseren KennisNetwerk • Research and Development • Dossiervorming • Internationale activiteiten • Gericht op de (inter)nationale inkoopomgeving 	<ul style="list-style-type: none"> • Issuemanagement • Van kennis naar opinie • Vanuit kennis en integriteit • Beïnvloeding besluitvorming • Beïnvloeding maatschappelijke opinie
Kernthema's	<ul style="list-style-type: none"> • Globalisering: Optimalisering van het KennisNetwerk. Verdere samenwerking binnen het internationale netwerk en organisaties in omringende landen. • MVI: MVI is geïmplementeerd in het NEVI KennisNetwerk. NEVI heeft als organisatie een voorbeeldfunctie. • Inkoop in specifieke sectoren: NEVI heeft haar kennis en netwerk geoptimaliseerd. Samenwerking met stakeholders. • Nieuwe media en social networks: NEVI is een fast follower en maakt gebruik van nieuwe media en social networks in de dienstverlening naar klanten. 	<ul style="list-style-type: none"> • Globalisering: Kennis halen en brengen. Groei activiteiten. Partnerships. Erkenning. NEVI is een internationale speler van betekenis. • MVI: Kennis geoptimaliseerd. Trendsetter in de inkoopwereld. Opleidingen en trainingen zijn aangepast. Cases in speerpuntsectoren. • Inkoop in specifieke sectoren: NEVI is preferred partner en heeft kennis op speerpuntterreinen. • Inkoop naar supply: Er is business en boardroom alignment. Inkoop heeft een essentiële positie binnen de organisatie. De inkoopfunctie verbreedt zich. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maatschappelijke rol: NEVI zet haar kennis en opinie in bij voor haar relevante issues. NEVI levert nationaal en internationaal bijdragen aan verdere ontwikkeling van inkoop en supply management. • Globalisering: NEVI gebruikt haar internationale netwerk voor opinievorming en levert bijdragen aan de ontwikkeling van het vak en maatschappelijke discussies. • MVI: NEVI draagt visies over duurzaamheid en MVI / MVO uit naar de samenleving. NEVI heeft een voorbeeldfunctie.

1. Stand van zaken NEVI

1.1 Inleiding

NEVI heeft in haar Algemene Ledenvergadering van november 2004 de NEVI Beleidsvisie 2005-2009: *Excellent in Inkoop* gepresenteerd. Deze visie is toen opgesteld vanuit NEVI als vereniging.

In de loop van 2007 is nadere invulling gegeven aan deze Beleidsvisie door middel van het Beleidsplan 2007-2009 en is de beleidsperiode één jaar doorgetrokken tot eind 2009. In dit Beleidsplan zijn de gestelde doelstellingen geconcretiseerd in duidelijke targets voor de rest van de beleidsperiode. Het Beleidsplan 2007-2009 heeft betrekking op de gehele NEVI organisatie. In de loop van 2007 is ook invulling gegeven aan een procesgestuurde bureauorganisatie waarbij de schotten tussen de diverse entiteiten zijn weggenomen en de stap is gezet naar één NEVI organisatie.

Met de invoering van het nieuwe besturingsmodel werd een betrokkenheid van alle netwerkdelen gerealiseerd (Kringen, Secties en Platforms) met aansluiting op het procesgestuurde model. In dit model staat de inbreng van het bestuur bij de netwerk- en kennisactiviteiten van NEVI centraal, met aandacht voor marketing & communicatie en operations & finance.

De samenwerking tussen NEVI en Purspective krijgt vorm en begint tot synergie te leiden. Zo is er bijvoorbeeld één Accountteam met medewerkers uit de gehele organisatie. Veel wordt verwacht van de integratie van NEVI en Purspective per 1 augustus 2009.

De NEVI Beleidsvisie 2010-2014 werkt de strategische keuze voor de verdere ontwikkeling van NEVI uit. Hoe wil NEVI zich verder ontwikkelen in het belang van haar leden en klanten en waar staan we in 2014 als KennisNetwerk, Thought Leader en Opinion Leader? De resultaten van diverse marktonderzoeken en de visiebijeenkomsten op inkooponderwijs leveren bouwstenen voor deze nieuwe Beleidsvisie.

1.2 De Beleidsvisies als keten

Het inkoopvak is sterk aan verandering onderhevig. De dynamiek is enorm. Er heeft de afgelopen jaren een belangrijke herwaardering van inkoop en supply management plaatsgevonden. Binnen de private en publieke sector, maar ook binnen de adviespraktijk, wetenschap en onderwijs. Deze aandacht voor de inkoopfunctie vertaalt zich ook in maatschappelijke aandacht (onder andere duurzaamheid) voor de inkoopfunctie bij het georganiseerde bedrijfsleven en de overheid. De betrokkenheid van inkoop bij de realisatie van de organisatiedoelstellingen wordt steeds groter. Meer en meer mensen stromen het inkoopvak binnen. Voor de inkoopprofessional betekent deze dynamiek dat er andere eisen worden gesteld aan zijn competenties en zijn vermogen deze ontwikkelingen te volgen.

NEVI heeft in deze ontwikkelingen een belangrijke rol. Enerzijds om de inkoopprofessional te ondersteunen in zijn ontwikkeling, anderzijds om het belang van de professionalisering van de inkoopfunctie uit te dragen. NEVI vertaalt deze rol in haar Beleidsvisies om zodoende uitwerking te geven aan haar missie.

Beleidscycli zijn daarbij geen losstaande perioden met elke keer nieuwe doelstellingen en activiteiten, maar vormen - als het goed is - een keten. Voor NEVI geldt hetzelfde voor de twee vorige Beleidsvisies (2000-2004 en 2004-2009) en deze Beleidsvisie 2010-2014. Het is een keten met het doel om zowel de inkoopfunctie als NEVI naar een zo'n hoog mogelijk niveau te brengen. In deze Beleidsvisie staan de twee kernactiviteiten van NEVI centraal, namelijk de netwerkactiviteiten en de activiteiten op het gebied van het ontwikkelen en verspreiden van kennis. Deze kernactiviteiten

zijn met het Beleidsplan 2007-2009 al in één NEVI organisatie ondergebracht, en worden ondersteund door een actief marketing en communicatiebeleid en een steeds professionelere ondersteuning vanuit de ondersteunende afdelingen (Marketing & Communicatie en Operations & Finance).

Om deze kernactiviteiten verder te ontwikkelen langs de drie beleidslijnen, is het van belang om vast te stellen waar NEVI nu staat. De huidige stand van zaken is tenslotte de start voor de nieuwe beleidsperiode en de daarin gestelde doelen. Een belangrijke parameter daarbij is de relatie tussen NEVI en haar interne en externe klanten. Daarnaast is het nodige onderzoek gedaan.

1.3 Onderzoeken

In de periode 2007 – 2009 heeft NEVI de klant nadrukkelijk centraal gesteld en haar inspanningen op het gebied van marketing en communicatie verhoogd. Kwalitatief en kwantitatief marktonderzoek, uitgevoerd door een extern bureau, heeft gezorgd voor meer inzicht in de klantbehoefte. De klanten van NEVI zijn haar leden, de afnemers van de kennisproducten van NEVI en Pursive, maar ook potentiële leden en afnemers.

De volgende onderzoeken zijn uitgevoerd:

- a. Marktpenetratieanalyse (kwantitatief)
- b. Klanttevredenheidsonderzoek (kwantitatief)
 - Klanten, leden en cursisten
 - Interne klanten: netwerkonderdelen
 - Interne klanten: kantoor
- c. Imago-onderzoek (kwalitatief)

Uit het kwalitatieve marktonderzoek blijkt dat NEVI een sterke naam heeft en wordt gezien als een betrouwbare opleider met een hoog kwaliteitsimago. Maar NEVI wordt ook gezien als monopolist, bureaucratisch en dominant. Daarnaast laat ditzelfde onderzoek zien dat NEVI als netwerk nog relatief onbekend is en vooral geassocieerd wordt met vakopleidingen. Hier ligt duidelijk een uitdaging: de perceptie van één NEVI beter neerzetten. Dit vraagt om een duidelijke branding. In de afgelopen periode is gewerkt aan een éénduidige, uniforme profilering die aansluit bij de resultaten van het imago-onderzoek. De nieuwe uniforme huisstijl is per 1 augustus 2009 doorgevoerd.

De onderzoeken hebben tevens de basis gelegd voor de vaststelling van de speerpuntsectoren (bouw, gezondheidszorg, publieke sector, zakelijke dienstverlening en industrie). Op deze setoren zal NEVI haar dienstverlening concentreren, met daarbinnen aandacht voor de MKB bedrijven.

Uit het Klanttevredenheidsonderzoek blijkt dat de dienstverlening door NEVI vriendelijk en beleefd is. De *inhoudelijke* klantgerichtheid behoeft echter verbetering. Dit vraagt om meer kennis en deskundigheid van de medewerkers. Daarnaast loopt de kwaliteit en mogelijkheden van de ICT-infrastructuur nog achter ten opzichte van het noodzakelijke niveau dat nodig is voor de dienstverlening. Voor de ondersteuning van de activiteiten van NEVI is een verdere professionalisering van de operationele ondersteuning noodzakelijk. Met de verbetering van de interne informatievoorziening is een stap gezet door de introductie van het intranet dat op termijn wordt uitgebreid naar het bestuurlijk netwerk van NEVI.

1.4 Missie en Visie 2010-2014

Bij het opstellen van deze nieuwe Beleidsvisie is opnieuw gekeken naar de missie en visie van NEVI. Een herijking is op zijn plaats. In de beleidsperiode 2005-2009 werd de volgende missie van NEVI geformuleerd: *NEVI brengt mensen samen om inkoopkennis en praktijkervaring te delen en te ontwikkelen. NEVI heeft hierin een stimulerende en vernieuwende rol met als doel de hoogst haalbare inkoopprestatie.*

Ook in de beleidsperiode 2010-2014 staan de kennis- en netwerkactiviteiten van NEVI centraal. Ze worden echter nadrukkelijker dan voorheen aangevuld met het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en de rol van de medewerkers, wat de basis legt voor twee nader uitgewerkte beleidslijnen: Thought Leadership en Opinion Leadership.

Missie 2010 - 2014

NEVI is het knooppunt van mensen en kennis in het inkoop en supply management proces:

- Wij stimuleren mensen om kennis uit te wisselen en te ontwikkelen, kunde op te doen en kennissen te ontmoeten.
- Wij stimuleren mens en organisatie om de doelstellingen van de organisatie te realiseren en te komen tot een zo een hoog mogelijke prestatie.
- Wij hebben de kennis in huis om de inkoopprofessional te ondersteunen en vertalen deze kennis naar opinies voor verdere ontwikkeling van de inkoopfunctie en relevante maatschappelijke thema's.
- Wij nemen onze verantwoordelijkheid als voortrekker in het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.
- Wij bieden een lerende en inspirerende omgeving die onze medewerkers in staat stelt de klanten met toewijding te helpen.

Visie 2010-2014

NEVI streeft ernaar om als KennisNetwerk de leden en klanten optimaal te ondersteunen bij de verdere professionalisering van de inkoopprofessional en het vakgebied. NEVI is Thought Leader als het gaat om kennis op het gebied van inkoop en supply management. Nationaal en internationaal wordt NEVI dan ook gezien als topkennisinstituut. Vanuit haar positie als Thought Leader is NEVI in staat om de rol van Opinion Leader te ontwikkelen. NEVI levert als zodanig een bijdrage aan maatschappelijke vraagstukken zoals Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en draagt bij aan een verdere verdieping van (inter) nationale inkoopkennis.

NEVI beseft dat een verdere professionalisering van het vakgebied moet leiden tot een open oog voor internationale kennisontwikkeling en netwerken. NEVI kan deze visie uitvoeren door een actief en betrokken netwerk van inkoopprofessionals en door een lerende en inspirerende omgeving te bieden voor haar medewerkers.

NEVI heeft deze visie uitgewerkt langs drie beleidslijnen:

- NEVI als KennisNetwerk
- NEVI als Thought Leader
- NEVI als Opinion Leader

Deze beleidslijnen geven ieder uitwerking aan een aantal van de kernthema's van NEVI:

- Globalisering en internationalisering
- De rol van de inkoopfunctie binnen het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen
- Van inkoop naar supply management
- Inkoop in specifieke sectoren
- De maatschappelijke rol van inkoop
- Nieuwe media en social networks

2. Beleidslijn 1: NEVI KennisNetwerk

Excellence in action

2.1 Stand van zaken

NEVI is marktleider in Nederland als het gaat om inkoopvakopleidingen. Daarnaast is NEVI één van de opleiders op het gebied van in-company's en trainingen, waarbij er vooral bij de internationale inkooptrainingen nog kansen voor versterking van de marktpositie liggen. NEVI heeft global references, maar niet in alle sectoren.

In de afgelopen jaren is het curriculum van de vakopleidingen geheel vernieuwd en uitgebreid. NEVI maakt op efficiënte wijze gebruik van vergaarde kennis door deze kennis op een gestructureerde wijze in te zetten in zowel opleidingen als in trainingen. Tevens is een toenemende samenwerking te zien tussen NEVI en NEVI Examins.

Ook het aanbod van workshops en trainingen is voortdurend aan verandering en verbetering onderhevig. Het klantenbestand van NEVI is uitgebreid en divers met stevige posities in de overheidssectoren, de industrie en de zakelijke dienstverlening.

Voor Porspective geldt dat zij een goed netwerk op CPO niveau heeft binnen Nederlandse multinationals, maar buiten Nederland is dit netwerk nog beperkt. De aanwezigheid in China draagt bij aan het vergroten van dit netwerk. Ook de aanwezigheid in Brazilië draagt bij aan een grotere dekking, hetgeen door multinationals als een groot voordeel wordt gezien. Het ligt voor de hand te kijken naar verdere mogelijkheden binnen Europa zodat de internationale aanwezigheid dichter bij huis ook tot voordeel strekt.

De focus is vooral gericht op proces en industrie. Door recente innovaties zijn er goede referenties wereldwijd op advanced programma's, cost management, outsourcing en SRM programma's. De uitrol van het Purchasing Excellence programma heeft de expert rol van Porspective versterkt, zeker bij bedrijven die het MSU model aanhangen. Porspective heeft een rol in het uitdragen van de NEVI kennis met opleidingen in ontwikkelingslanden en samenwerking met andere inkoopverenigingen, zoals Finland en Portugal.

NEVI heeft een groot *KennisNetwerk* met hoogleraren en lectoren, een netwerk dat echter nog flink wat kansen biedt ten aanzien van het gebruik ervan. NEVI en de NEVI Research Stichting kijken wat dat betreft nog tegen een uitdaging aan. Deze constatering geldt ook voor het internationale netwerk. De kennisontwikkeling (theorie en praktijk) is wel heel breed, maar kan meer diepgang krijgen. Voor de internationale activiteiten geldt dat een groter netwerk noodzakelijk is om sneller te kunnen groeien. Hiertoe is reeds een aantal belangrijke partnerships gesloten, maar deze partnerships zullen uitgebreid moeten worden om voet aan de grond te krijgen in lokale markten, zoals Frankrijk en Duitsland.

Daarentegen zijn de netwerk*activiteiten* van NEVI de afgelopen beleidsperiode sterk gegroeid, zowel kwantitatief als kwalitatief. Het aantal netwerkkonderdelen (Kringen, Secties en Platforms) is toegenomen, onder ander met de Sectie NVILG Zorg. Er is een toenemende dynamiek te zien in het netwerk. Het aantal leden is toegenomen door de ledenwerfacties. De kennis- en ervaringdeling tussen de diverse netwerkkonderdelen begint op gang te komen. Het aantal bijeenkomsten van Kringen, Secties en Platforms, waarin onderling wordt samengewerkt, is toegenomen (regionale congressen en de bovenregionale bijeenkomsten rond de jaarthema's). De informatie-uitwisseling en samenwerking tussen de netwerkkonderdelen kan echter nog verder worden geoptimaliseerd.

De eerste stappen richting samenwerking met brancheorganisaties (onder andere in de zorg en in de bouw) zijn genomen, maar er liggen nog veel mogelijkheden. Denk hierbij aan de samenwerking met organisaties in de benoemde speerpuntsectoren.

2.2 Doelstellingen 2010 - 2014

NEVI als excellent KennisNetwerk betekent de volgende doelstellingen voor de periode 2010 - 2014.

- NEVI heeft een groot, dynamisch, aansprekend en toegankelijk KennisNetwerk in alle relevante sectoren. Daarvan maken betrokken inkoopprofessionals, maar ook organisaties, inkoopadviesbureaus, wetenschap en onderwijs deel uit.
- Binnen het netwerk worden kennis en praktijkervaring uitgewisseld binnen kwalitatief hoogwaardige bijeenkomsten. Het netwerk heeft tevens een sociale functie. NEVI biedt haar leden de mogelijkheid deel te nemen aan door haar beheerde virtuele netwerken.
- Het netwerk van NEVI zelf is één van de belangrijkste instrumenten om kennis te vergaren, te ontwikkelen, te delen en over te brengen. De samenwerking binnen het netwerk is intenser geworden, waardoor de aanwezige kennis optimaal wordt gebruikt.
- Het netwerk biedt een breed pallet aan keuzes voor de deelnemers. Naar gelang leeftijd, positie en functie kan een keuze op maat worden gemaakt uit de diverse trainingen, opleidingen, activiteiten en onderdelen van NEVI.
- Het netwerk is gestabiliseerd ten opzicht van de huidige (instabiele) regionale indeling van NEVI. Waar de omvang van de huidige Kringen grote verschillen kent, zal in de komende beleidsperiode als gevolg van de kringoverschrijdende activiteiten de regionale herindeling bespreekbaar worden gemaakt.
- De NEVI organisatie zorgt voor een kwalitatief hoogwaardige ondersteuning van het KennisNetwerk. Het gaat hier om een optimale coördinatie, een hoogwaardige kennisinjectie, een moderne ICT infrastructuur en een vlekkeloze operatie.

2.3 Kernthema's

De volgende kernthema's geven bij uitstek richting aan deze beleidslijn:

Globalisering en internationalisering

NEVI is actief binnen het internationale KennisNetwerk door middel van Purspective en haar Senior Delegate. In de komende periode zal NEVI verdere invulling geven aan deze activiteiten. Dit hangt samen met de ontwikkeling van het internationale netwerk zelf (o.a. IFPSM) en de rol van de diverse nationale verenigingen daarin, maar ook met de internationale economische bedrijvigheid. Er zal intensiever worden samengewerkt met de inkoopverenigingen van de ons omringende landen. Doelstelling is een internationale speler van betekenis te worden en dit netwerk te benutten voor kennisactiviteiten van NEVI. NEVI zal in dit licht haar internationale vertegenwoordiging moeten invullen.

Maatschappelijk Verantwoord Inkopen

De positie van de inkoopfunctie binnen het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen wordt erkend en vraagt van NEVI een voortdurende aandacht voor dit onderwerp binnen haar kennis- en netwerkactiviteiten. NEVI zal een leidende rol vervullen naar haar leden en klanten, maar ook zelf als organisatie een voorbeeldfunctie geven. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen zal ook na de jaren 2009 en 2010, waarin dit het jaarthema is, een blijvend onderdeel vormen van het kennisaanbod en de netwerkactiviteiten.

Inkoop in specifieke sectoren

NEVI is actief in een aantal specifieke sectoren. Op dit moment is NEVI actief in de publieke sector door het aanbod van kennisproducten en via NEVI Publiek. Via de Sectie NEVI-NVILG Zorg is een eerste stap gezet in de zorgsector. Uitbreiding van deze activiteiten dient plaats te vinden om een positie in deze sectoren te verkrijgen. In andere speerpuntsectoren (bouw en financiële dienstverlening) moet NEVI nog een positie opbouwen. In de industrie zal NEVI haar positie dienen te behouden. Dit vraagt om de nodige inspanningen. NEVI heeft het doel om de voorkeurspartner te zijn van branche- en beroepsorganisaties op het gebied van inkoop en supply management.

Nieuwe media en social networks

De ICT-inbreng in opleidingen, trainingen, workshops en netwerkbijeenkomsten dient hoogwaardig en modern te zijn. Daarbij wordt gebruik gemaakt van nieuwe, digitale, trainings- en opleidingstools zoals weblogs, fora etc. Social networks beginnen een steeds belangrijkere rol te vervullen. NEVI zal op korte termijn haar beleid inzake social networks, zoals LinkedIn en Facebook, dienen te ontwikkelen en dienstverlening voor haar leden moeten ontwikkelen. NEVI stelt zich tot doel een fast follower te worden op dit gebied.

3. Beleidslijn 2: NEVI Thought Leader

Denkkracht gebundeld

3.1 Stand van zaken

De ontwikkeling naar Thought Leader wordt ingegeven door een aantal ontwikkelingen, die allemaal een uiting zijn van de steeds verdere professionalisering en verwetenschappelijking van het vakgebied Inkoop.

- De erkenning van de inkoopfunctie binnen organisaties.
- De ontwikkeling van de inkoopfunctie naar een inkoopproces. Inkoop maakt steeds meer deel uit van multidisciplinaire teams. Daarnaast vindt een verbreding plaats naar supply management.
- De herpositionering van inkoop van tactisch naar strategisch niveau.
- De instroom van hoger opgeleiden in het inkoopvak. Vanuit HBO en WO, maar ook vanuit andere disciplines gaan professionals aan de slag in het inkoopproces.
- De wetenschappelijke verdieping van het vakgebied door de leerstoelen die door NEVI worden gesubsidieerd, maar ook door internationale kennisontwikkeling.
- De toenemende plaats in het regulier onderwijs (HBO).

NEVI is altijd een inhoudelijke speler van belang geweest in het vakgebied, en is op zich ook al goed op weg om Thought Leader te worden. De huidige positie van NEVI is die van opleider en voor een deel die van regisseur als we kijken naar de mogelijke scenario's voor kennisinstellingen.

Om definitief de slag naar Thought Leader te maken, dient NEVI haar huidige positie aan bovenstaande ontwikkelingen aan te passen. In het licht van deze ontwikkelingen komt de in deze notitie benoemde focus op Thought Leadership op een cruciaal moment. De lang bestaande monopoliepositie van NEVI, in ieder geval op het gebied van opleidingen en in mindere mate trainingen, houdt namelijk op te bestaan. Dit gegeven pakt NEVI op als een uitdaging en als een urgentie: gezien de snelle ontwikkelingen is het geboden dat NEVI haast maakt met de slag naar excellence op dit gebied.

De ontwikkeling naar een Thought Leader, een topkennisinstituut, heeft wat NEVI betreft zijn basis in een krachtig en dynamisch kennisnetwerk van actieve inkoopprofessionals, maar ook in het eigen kennisinstituut, de aan ons gelieerde hoogleraren, lectoren en inkoopadviesbureaus. Een stevige basis.

3.2 Doelstellingen 2010 - 2014

NEVI heeft zich de volgende doelen gesteld. Het zijn tevens de voorwaarden om door de omgeving erkend te worden als Thought Leader. Mede door deze maatschappelijke 'resonantie' is niet goed te voorzien hoe ver we in 2014 zijn ten aanzien van deze doelstellingen. Immers Thought Leader (en Opinion Leader) ben je pas wanneer je door je omgeving als zodanig erkend wordt.

- NEVI is een KennisNetwerkcentrum. De Research and Development is actief en naar buiten gericht, en draagt als zodanig zorg voor deze ontwikkeling van NEVI. Ook de NEVI Research Stichting en andere Inkoopkennisautoriteiten spelen hierin een belangrijke rol. Hetzelfde geldt voor het netwerk van NEVI zelf als één van de belangrijke instrumenten om kennis te vergaren, te ontwikkelen, te delen en over te brengen. Het trainers- en docentencorps heeft een dusdanige kwaliteit, dat alle niveaus van de inkoopwereld bediend kunnen worden. De focus is daarbij op HBO+ en WO opgeleide docenten / trainers.

- De dienstverlening zal zijn uitgebreid tot en met het borgen van de getrainde of gedoceerde inkoopkennis: van Kennistransfer naar Kennisimplementatie.
- De internationale contacten zijn zeer frequent en intensief op afgesproken terreinen om zoveel mogelijk kennis te halen en te brengen.
- De ICT-inbreng in opleidingen, trainingen en workshops is hoogwaardig en modern. Er wordt gebruik gemaakt van nieuwe digitale trainings- en opleidingstools zoals weblogs, fora etc.
- De uitwerking, redactie en productie van de kennisproducten zijn van hoge kwaliteit.
- NEVI heeft in 2014 zijn standpunt bepaald over zijn positie als opleider in vakopleidingen. Blijft NEVI dit zelf doen of wordt het reguliere onderwijs hét medium om te komen tot gekwalificeerde inkoopmanagers en stelt NEVI de norm? Als Thought Leader zal NEVI deze vraag op pro-actieve en offensieve wijze kunnen beantwoorden én nader invullen.

3.3 Kernthema's

De volgende kernthema's geven bij uitstek richting aan deze beleidslijn:

Globalisering

Om een Thought Leader te kunnen zijn, moet je op internationaal niveau kennis halen en brengen. Inkoopkennis wordt wereldwijd ontwikkeld en NEVI spiegelt zich dan ook aan de topkennisinstituten in de wereld: ISM (VS) en CIPS (UK).

Globalisering en internationalisering zijn belangrijke trends voor NEVI. Dit betekent een frequenter gebruik van internationale kennisnetwerken. Voor NEVI geldt dat een groter netwerk noodzakelijk is om de groei te doen toenemen, onder andere door uitbreiding van partnerships om zo voet aan de grond te krijgen in lokale markten zoals Frankrijk en Duitsland.

Doelstelling is een internationale speler van betekenis te worden en dit kennisnetwerk te benutten voor kennisactiviteiten van NEVI. Ook de integratie van NEVI en Pursive dient dit doel.

Maatschappelijk Verantwoord Inkopen

NEVI zal inkoop en supply management positioneren als een onmisbare schakel in het beleid rondom Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Deze positie van de inkoopfunctie binnen het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen wordt inmiddels erkend. NEVI zal een leidende rol vervullen naar haar leden en klanten, maar ook zelf als organisatie een voorbeeldfunctie geven. MVO en MVI zijn vaste onderdelen binnen de kennisportfolio. Dit betekent een vertaling van de rol van inkoop en supply management naar de speerpuntsectoren en een plaats van MVI / MVO binnen alle integrale kennisproducten. Omdat MVO en MVI zo belangrijk zijn, heeft NEVI ervoor gekozen dit als jaarthema zowel in 2009 als in 2010 te voeren. Uiteraard zal MVO / MVI ook daarna een blijvend onderdeel vormen van het kennisaanbod en de netwerkactiviteiten.

Inkoop in specifieke sectoren

NEVI zal op het terrein van de benoemde speerpuntsectoren Thought Leader zijn als het gaat om de positie van inkoop en supply management, gekoppeld aan thema's als duurzaamheid en internationalisering. Dit vraagt van NEVI een verdere verdieping van kennis. NEVI zal alle kennis in huis dienen te hebben van de positie van inkoop in die specifieke sectoren en de relatie naar thema's als duurzaamheid. NEVI wil de voorkeurspartner zijn van branche- en beroepsorganisaties op het gebied van inkoop en supply management.

Van inkoop naar supply management

Een ontwikkeling die al in de vorige beleidsperiodes is ingezet en die in de komende periode van belang zal zijn: 'van Inkoopfunctie naar inkoopproces' en 'van inkoop naar supply management'. De inkoopfunctie staat binnen de onderneming en de publieke sector volop in de aandacht. Dit vraagt om een duidelijke positionering van NEVI als het gaat om het niveau en aanbod van kennisontwikkeling. Inkoop neemt in toenemende mate plaats in de lijnprocessen van organisaties. Er is sprake van business en boardroom alignment.

4. Beleidslijn 3: NEVI Opinion Leader

Erkend maatschappelijk speler vanuit kennis en integriteit

4.1 Stand van zaken

De inbreng van NEVI bij de totstandkoming van de nieuwe Aanbestedingswet heeft de eerste (goede) ervaringen opgeleverd met de beïnvloeding van politieke besluitvorming. NEVI is daarbij door de overheid als gesprekspartner erkend, een eerste belangrijke mijlpaal als Opinion Leader. De inrichting van de 'Denktank Aanbestedingswet' met vertegenwoordigers uit het netwerk en de raadpleging van de leden waren daarin belangrijke stappen. De aanwezige kennis binnen NEVI en het KennisNetwerk is gebruikt om tot opinievorming te komen. NEVI heeft met deze lobby laten zien dat zij spreekt namens *inkoopprofessionals* of hen die daarbij betrokken zijn. NEVI spreekt niet namens de *bedrijven en organisaties*, en zal zich ook niet ontwikkelen tot een soort vakbond die zich inzet voor het individuele belang van de aangesloten leden. Het unieke kenmerk van NEVI is en zal zijn dat de *opinie* het gevolg is van *kennis* en ingebracht wordt vanuit een grote mate van *integriteit*. Op die manier kan NEVI uitgroeien tot een Opinion Leader die door alle partijen wordt vertrouwd.

4.2 Doelstellingen 2010 - 2014

- NEVI is een maatschappelijke factor van belang op relevante terreinen. Zij is beleidsvormend en opiniërend op het gebied van inkoop- en supply management, met name waar maatschappelijke issues de inkoopfunctie raken. NEVI weet op de voor haar relevante onderwerpen de politieke besluitvorming effectief te beïnvloeden. NEVI wordt gevraagd om inbreng te leveren.
- NEVI wordt nationaal en internationaal erkend als Opinion Leader door haar bijdragen aan inkoopinnovatie en verdere verdieping van de inkoopfunctie en het supply management proces.
- NEVI is optimaal in staat kennis vanuit het KennisNetwerk om te vormen tot opinie en beleid. De daartoe benodigde kwaliteit en capaciteit zijn in de organisatie aanwezig.
- Voor een effectieve beïnvloeding van de politieke besluitvorming, spreekt NEVI namens leden die de inkoopfunctie uitoefenen. Niet als individuele belangenbehartiger, maar als pleitbezorger van de *professionalisering* van de inkoopfunctie. Het is zaak vast te stellen op welke issues zij de besluitvorming wenst te beïnvloeden. Het gaat hierbij om onderwerpen, waarover eensgezindheid is in de achterban en die dus niet controversieel zijn.
- NEVI is een actieve speler binnen het netwerk van branche- en beroepsorganisaties, zowel op nationaal als internationaal niveau. De samenwerking met branche- en beroepsorganisaties moet als eerste ontwikkeld worden op het terrein van de speerpuntsectoren en op maatschappelijke issues waarop NEVI nu actief is. NEVI wordt erkend als gesprekspartner en gaat allianties aan. NEVI wordt als partner gezocht.

4.3 Kernthema's

De volgende kernthema's geven bij uitstek richting aan deze beleidslijn:

Maatschappelijke rol van inkoop

De inkoopfunctie staat binnen de onderneming en de samenleving volop in de aandacht. Dit vraagt om een duidelijke positionering van NEVI als het gaat om het niveau en aanbod van kennisontwikkeling, maar ook in de stellingname van NEVI. Vanuit haar rol van Thought Leader en

de kracht van het KennisNetwerk zal NEVI zich ontwikkelen tot een maatschappelijke speler van betekenis. NEVI wordt door haar omgeving als Opinion Leader erkend. NEVI zal de aanwezige kennis omzetten in beleid en opinie: een actief public affairs beleid. NEVI zal die ontwikkelingen volgen die van belang zijn voor de inkoopfunctie en daarover een standpunt innemen. Daarnaast zal NEVI proactief een bijdrage leveren aan het maatschappelijke debat als de inkoopfunctie hierbij een rol kan spelen. Te denken valt hierbij aan de rol van inkoop en supply management in economisch barre tijden.

Globalisering en internationalisering

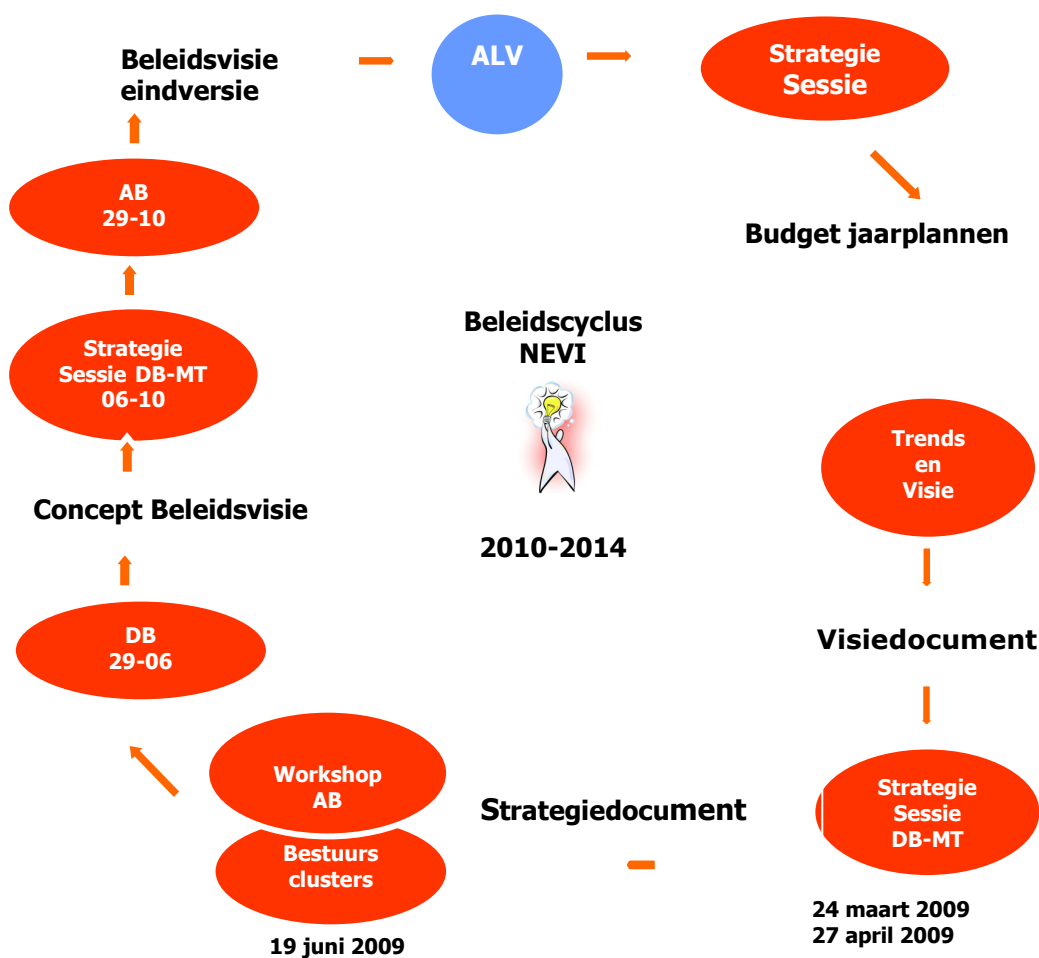
Globalisering en internationalisering zijn belangrijke trends voor NEVI. Dit betekent een frequenter gebruik van internationale kennisnetwerken. Doelstelling is een internationale speler van betekenis te worden en dit netwerk te benutten voor kennisactiviteiten van NEVI. Ook de integratie van NEVI en Pursive dient dit doel. NEVI zal haar internationale vertegenwoordiging in dit licht moeten invullen. Aan de orde is hier internationaal een bijdrage te leveren aan het inkoopvak door nieuwe opinies op het vakgebied, maar ook door in samenwerking met andere organisaties de besluitvorming te beïnvloeden. Dit zou ook een onderdeel kunnen zijn van de maatschappelijke rol.

Maatschappelijk Verantwoord Inkopen

De maatschappelijk rol van inkoop vindt voor een belangrijk deel plaats door de positie van de inkoopfunctie binnen het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. NEVI zal een leidende rol vervullen naar haar leden en klanten en zelf als een organisatie een voorbeeldfunctie geven. MVO en MVI zijn vaste onderdelen binnen het kennisportfolio. Deze kennis en de activiteiten in het KennisNetwerk zijn basis voor de opinievorming binnen NEVI. Door haar stellingname zal NEVI aandacht blijven vragen voor dit onderwerp en haar leden bewegen zich in te zetten voor een duurzame samenleving.

Totstandkoming en implementatie van deze Beleidsvisie

De NEVI Beleidsvisie 2010-2014 is tot stand gekomen via onderstaande beleidscyclus, waarbij in de voorbereiding de bestuursclusters zijn betrokken en het Dagelijks en Algemeen Bestuur van NEVI. Onderdeel van deze fase was het bespreken van een strategiedocument, waarin de ontwikkeling van NEVI als Netwerk en als Kennisinstituut was uitgelicht ten einde de discussie scherp te kunnen voeren. Na de bespreking van dit Strategiedocument in het Algemeen bestuur is een eerste versie van de Beleidsvisie voorgelegd aan de netwerkonderdelen van NEVI, maar ook aan relevante stakeholders zoals de NEVI Research Stichting en de NEVI hoogleraren en lectoren. De NEVI Beleidsvisie 2010-2014 is vastgesteld in het Algemeen Bestuur van 29 oktober 2009 en is aangeboden aan de Algemene Ledenvergadering van 27 november 2009.



Met de vaststelling is het fundament voor het nieuwe beleid een feit. Vervolgens is het zaak om het beleid te implementeren. Deze implementatie zal plaatsvinden in een Meerjarenplan, waarin voor iedere beleidslijn de doelstellingen, strategieën en te nemen stappen worden uitgewerkt - in onderlinge samenhang én met een scherp oog voor de ontwikkelingen in de andere beleidslijnen. Vervolgens wordt het Meerjarenplan uitgewerkt in activiteitenjaarplannen met duidelijke KPI's en meetbare doelstellingen.

Bijlage:

Trends en ontwikkelingen

Trends en ontwikkelingen in de samenleving vertalen zich naar het vakgebied van inkoop en supply management, de wijze waarop mensen kennis tot zich nemen en deelnemen aan netwerken. Daarnaast zijn er specifieke trends en ontwikkelingen op het gebied van inkoop en supply management.

De belangrijkste trends voor NEVI die tot uitdrukking komen in de strategie voor haar kennis- en netwerkactiviteiten zijn:

- a. **Globalisering en internationalisering.** Globalisering en internationalisering zetten zich door, maar stellen eisen aan de organisatie en sturing van ketens. Verdere globalisering heeft gevolgen voor arbeidsmarkt en samenleving.
- b. De aandacht voor de inkoopfunctie binnen het **Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen** en de visie van de publieke sector op duurzaamheid. MVO en duurzaamheid zijn geen hype. Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen is uitgangspunt in het beleid van bedrijven en organisaties met daarin alle facetten, waaronder inkoopmanagement. De rol van inkoop en supply management bij het MVO beleid van overheid en bedrijfsleven krijgt prominent de aandacht.
- c. Van inkoopfunctie naar inkoopproces en van **inkoop naar supply management**. Inkoop neemt in toenemende mate plaats in de lijnprocessen van organisaties. Er is sprake van business- en boardroom alignment.
- d. De ontwikkeling van **inkoop in specifieke sectoren** en de toename van de vraag naar sector en *spend area* specifieke kennis. Een goed voorbeeld hiervan is de professionalisering van inkoop in de publieke sector.
- e. **De maatschappelijke rol** van inkoop neemt toe en daarmee de mogelijkheden voor (politieke) beïnvloeding van relevante branche- en beroepsorganisaties en de overheid.
- f. Er is vraag naar een hogere servicegraad in kennisontwikkeling in de supply chain. **De klant bepaalt**. Dit komt ook in andere trends indirect naar voren. De kennis moet dus aangereikt worden op het juiste moment, in het juiste format en met de juiste impact en follow-up.
- g. **Digitalisering, informatisering en social networks:** nieuwe media en diensten zullen effecten hebben op de wijze hoe we netwerken en kennisdelen. Voorbeelden hiervan zijn E-learning, webcasting, webinars, simulaties, informatiedeling (Twitter) en networks (LinkedIn, Facebook, Hyves, Plaxo, etc.). Formele en informele netwerken zullen in elkaar grijpen.
- h. **Inkoop als carrièrestap** voor hoger opgeleide inkoopprofessionals met een bedrijfskundige signatuur. Dit heeft een zeer specifieke trainingsbehoefte tot gevolg, die afhankelijk is van achtergrond, functie binnen inkoop en leervoorkeur.

De economische crisis heeft gevolgen voor NEVI in de komende jaren en zal voor NEVI in de komende jaren een belangrijke ontwikkeling blijven. Zaken die teruggedrongen worden, zoals het investeren in voorraden, expansie, marketing en opleidingen (werkkapitaalmanagement), zullen lang laag blijven en zullen niet direct worden teruggebracht naar het niveau van 2008. Voor NEVI vertaalt zich dit naar opleidingen, trainingen en lidmaatschap.