**SCM을 개선할 수 있는 13가지 방법**

**(13 Ways to Improve your Supply Chain Management)**

공급망을 효율적으로 설계하기 위한 조언이 필요하거나, [Confluent Streams $50M in Series C Funding to Help Advance Apache Kafka](http://www.enterpriseappstoday.com/data-management/confluent-streams-50m-in-series-c-funding-to-help-advance-apache-kafka.html)

1. [Nimble Set to Accelerate CRM Efforts with $9M Series A](http://www.enterpriseappstoday.com/crm/nimble-set-to-accelerate-crm-efforts-with-9m-series-a.html)
2. [Salesforce Brings in $8.39B in Fiscal 2017](http://www.enterpriseappstoday.com/crm/salesforce-brings-in-8.39b-in-fiscal-2017.html)
3. [Rackspace Shoots Mailgun Off On Its Own](http://www.enterpriseappstoday.com/news/rackspace-shoots-mailgun-off-on-its-own.html)

적절한 SCM 소프트웨어를 선택하는데 도움이 필요할 때, SCM 전문가들의 다음 팁들이 당신에게 도움이 될 것입니다.

1. **Spreadsheet를 없애라 (Get Rid of Spreadsheets)**

Avercast의 부사장 Jason Averill은 다음과 같이 말한다. “아직도 너무 많은 기업들이 구매 계획할 때, 느리고 신뢰성이 부족한 spreadsheets를 활용한다.” 최신 정보의 활용을 정확히 하기 위해서는 SCM 소프트웨어를 살펴보고 공급망 플랫폼에 적합한 소프트웨어로 바꿔야 한다.

1. **혁신 동반자를 파악하라 (Identify Innovation Partners)**

The Hackett Group의 총장과 Global Procurement Advisory의 실질적인 리더인 Chris Sawchuk은 “공급망 관리자는 그들의 공급업체 중 어느 공급업체의 제품, 서비스 또는 시장 진출 전략에서의 혁신을 도울 수 있을지 결정해야 한다. 조달 조직이 공정을 직접 수행하는 역할을 줄이고 조력자로서의 역할을 증가시켜야 하며, 공급업체들의 역량을 레버리지하여 현 공정을 개선할 수 있는 방법을 찾는 핵심 역할을 해야 한다.” 고 조언한다.

1. **공급 기지를 분할하라 (Segment Your Supply Base)**

적절한 동반자를 파악하기 위해서는 공급업체의 분할이 기초가 되어야 한다. Sawchuk은 다음과 같이 말한다. “공급 기지를 혁신이 가능한 다양한 방법으로 분할해야만 한다. 대부분의 조직은 공급업체를 분할하는 전통적인 단일 방법만을 가지고 있다. 그러나 그들의 공급업체를 다양한 방법으로, 다양한 영역으로 분할할 수 있어야 한다.”

1. **당신의 산업에 맞춤형 SCM 소프트웨어를 선택해라 (Select Supply Chain Management Software Tailored For Your Industry)**

Jump Tech의 CEO John Freund는 말한다. “오늘날에 규격화된 공급망 소프트웨어 패키지 또는 모듈은 수백 가지가 있다. 그러나 그것들을 실행하기 위해서는 일정 수준 이상의 고객화 및 통합이 요구된다. 산업에 적합하게 설계된 시스템을 분석하거나 몇몇 핵심 관점에서 유사한 시스템들의 연구를 시작해라. 이런 유별남이 당신의 프로젝트를 더 좋고, 싸고, 빠르게 할 것이며, 위험을 감수하고 모험한다면, 유용한 기능들이 다수 포함된 시스템을 얻게 될 것이다.”

**5. 공급망 지표를 수립해라 (Establish Supply Chain Metrics)**

 “정보 기술에 투입된 수십 년간의 노력과 수억 달러의 비용에도 불구하고 대부분의 회사는 여전히 통제 가능한 공급망 지표를 수립하지 못했다."라고 Supply Chain Council의 Joe Francis 이사는 말한다. “전사적인 균형이 잡힌 평점표, 순차적 세분화된 공급망 지표, 그리고 관리 계기판은 변동이 심한 오늘날의 시장에서 공급망 관리자가 공급 중단 및 시장 기회에 시기 적절한 대응을 할 수 있도록 통찰력을 제공한다." Francis는 현금화 사이클 타임, 운영 자본 수익률, 완벽한 주문 이행 및 민첩성 지표와 같이 내부적으로나 외부적으로 벤치마킹 할 수 있는 지표로 시작하는 것이 좋다고 추천한다.

1. **경영이 아닌 정보를 경영하라 (Manage Information, Not Information Management)**

“기업 솔루션은 신속한 의사 결정을 위해 올바른 정보 수집, 식별 및 쉬운 접근을 용이하게 해야한다." 라고 Casemore & Co.의 설립자이자 공급망 및 운영 우수성 전문가인 Shawn Casemore는 말한다. "기업 솔루션의 기준을 충족하기 위해 관련 없는 정보를 수집하는 것은 사업을 효율적으로 경영하는 방법이 아니다. 보다 관련성이 있고 사업 목표에 부합하는 정보를 수집해라. 그것이 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 할 것이다. "

1. **직원들을 참여시켜라 (Involve Your Employees)**

Mazzi Partners의 파트너인 Mike Ledyard는 "직원이 고객에게 어떻게 영향을 미치는지에 대한 가시성을 직원들에게 제공해라. 현장에서 고객의 요구로, 그리고 기업 목표로 연결되는 측정 기준을 만들어라" 라고 제안했다.

1. **판매, 운영 및 재무를 통합해라 (Integrate Sales, Operations and Finance)**

Ledyard는 다음과 같이 권고한다. "무엇을 팔지에 대한 판매계획, 무엇을 만들지에 대한 운영계획, 그리고 재무 계획을 하나의 일치된 계획으로 통합해라. 판매운영계획 (S & OP)은 고객 수요, 생산 능력 및 기업 재무 성과간에 최적 균형을 제공한다."

1. **단일 공급망 솔루션을 고려해라 (Consider A Single Supply Chain Solution)**

[Unlimited Furniture Group, Inc.](http://www.unlimitedfurnituregroup.com/)의 회장 Lenny Kharitonov는 말한다. "가장 비용이 적게 드는 옵션을 찾거나 다른 지역에 각각 다른 솔루션을 적용하는 대신에, 더 많은 비용이 요구되더라도 사업 내 모든 영역에서 사용될 수 있는 하나의 기업 솔루션을 사용하는 것을 권장한다."

1. **모든 공급망 동반자의 성과를 모니터링해라 (Monitor Performance of All Supply Chain Partners)**

Cortera의 마케팅 담당 부사장인 Alex Cote는 "핵심 공급업체의 실패는 공급망에 미치는 영향이 크며 궁극적으로 수익에 영향을 미칠 수 있다. 공급업체를 지속적으로 모니터링하는 것이 예상하지 못한 피해를 줄일 수 있다." 라고 말한다. Kharitonov는 “공급업체 네트워크를 계속 유지하기 위해서는 동반자의 성과를 측정하고 개선하며, 필요한 경우에는 교체할 수 있는 시스템을 갖춰야 한다.”고 말한다.

1. **추적 및 모바일 기술을 활용해라 (Implement Tracking and Mobile Technologies)**

VAI의 CIO인 Kevin Beasley는 다음과 같이 말한다. "효율성을 높이고 비용과 부정확성을 최소화하기 위해서는 RFID, 음성 인식 물건 피킹 (voice picking), 이동성, 창고 자동화 시스템 및 창고 관리 시스템과 같은 기술을 활용해야 한다.”

1. **고객 요구 사항을 충족하기 위해서 정보를 분석해라 (Analyze Information to Meet Customer Needs)**

Aldata의 미국 사업부 사장인 Brendan Lowe는 다음과 같이 말한다 "많은 사람들이 공급망이 창고에서 시작되어 제품이 매장에 전달되었을 때 끝날 것이라고 생각한다. 이것은 진실이 아니며 편견을 가진 소매업체가 가진 '배송' 사고 방식이다. 단순히 제품을 선반에 갖춰 두는 것보다 중요한 것은 해당 제품이 고객이 원하는 제품이어야 한다는 것이다. 따라서 고객이 실제로 원하는 제품이 어떤 것인지를 파악하는 것이 공급망 관리 전략의 핵심이다.”

1. **마케팅 비용을 공급망 계획에 통합해라 (Integrate Marketing Expenditures into Supply Chain Planning)**

INSIGHT, INC의 사장 Jeff Karrenbauer는 다음과 같이 말한다. "기업의 수익성을 최대화하기 위해 비용, 자원 제약, 제안된 마케팅이 수요에 미치는 영향 등의 모든 지출을 공급망 계획에 포함해야 한다. 이렇게 함으로써 회사는 어떤 마케팅 캠페인을 실행하거나 피해야 하는지, 최적 목표 고객이 누구인지, 각 캠페인에 필요한 최적의 제품과 그 조달, 제조 및 유통 방법은 무엇인지를 구별할 수 있고 공급망 비용, 역량, 서비스 요구 수준 등을 고려한 이익을 최대화 할 수 있다.”

<출처: <http://www.enterpriseappstoday.com/supply-chain-management/slideshows/13-ways-to-improve-your-supply-chain-management.html>>