

Johnson & Johnson¹

A Johnson & Johnson Consumer Companies jó példája a megfelelően működtetett szervezeteknek, melyeknél hangsúlyt fektetnek az emberek bevonására. A J&J arra is példa, amikor egy vállalat nem pusztán megfogalmazza az értékeit, hanem valóban ezek szerint él. A J&J kiválóan dokumentált vállalati hitvallása nem csak egy papír, hanem olyan élő szellem, mely áthatja a J&J minden döntését. A hitvallás a következőkön alapul:

1. Keressük az innovációt, bárhol is legyen.
2. A beszállítók a vállalat meglévő kapacitásain túl is támogatják az innovációt.
3. Az egyes ötletek elfogadásához nélkülözhetetlen az innovációs kultúra.
4. Az általános innovációs kapacitást növeli, ha olyan beszállítóba fektetünk be, akiknek jó üzleti meglátásai vannak.

2007-re a gyógyszerlánc kifulladt. A Johnson & Johnson igyekezett új termékeket azonosítani és kifejleszteni. 2010-ben a programot elnevezték SEI-nek (supplier-enabled innovation, beszállítói innováció), a program szlogenje pedig az "együtt többek vagyunk" jelmondat lett. A vállalat feltette magának a kérdést: "Mit tudunk tenni a beszerzési folyamat során, ami vállalat-szerte serkenti az innovációt?"

A csapat az innovációs folyamatokat három értékteremtő kategóriára osztotta: ezek voltak a Termékek, az Üzleti modellek és a Folyamatok. A beszállítók mindhárom területen a vállalat segítségére vannak. A J&J megfogalmazza a szükségleteit, a beszállítók pedig előállnak a megoldásokkal. A program olyan népszerűvé vált, hogy mostanra a legjobb beszállítók évente díjat kapnak.

2012-ben a SIE csapat tagjai nekiláttak terjeszteni a módszert, és világszerte több mint 1000 beszerzési specialistával léptek kapcsolatba. Ezen kívül meghívták a megfelelő beszállítókat, hogy vegyenek részt az eszközellátási láncban, így biztosítva, hogy rendelkezésre álljanak az új technológiák, ha a termék befut. Ez a program Advanced Sourcing & Innovation (Fejlett Kiszervezés és Innováció) néven ismert.

Az értékteremtés, az okszerűen működő ellátás láncok, a globális siker és a gyors végrehajtás kulcsa a piaci növekedést biztosító tényezők összekapcsolása a vállalati stratégiákkal, beszerzési készségekkel és innovációval. A jövőt a vevők és az egészségügyi ellátást igénylő páciensek jelentik.

¹ James O. Rodgers, A Johnson & Johnson Case Study: A Culture Of Innovation? Available at: <https://www.linkedin.com/pulse/20141208143232-5183867-a-johnson-johnson-case-study-a-culture-of-innovation>