

Når burde selskapet mitt legge ut et anbud?

Innsikt i når og hvordan du laget en effektiv RFP/anbud

Et dårlig partnerskap med en relocation-leverandør kan ha store negative konsekvenser, fra kostnadseffektivitet til sammenstøt mellom selskapskulturer. De langsiktige effektene kan tømme selskapets økonomiske ressurser og bemanningsressurser og resultere i dårlige medarbeideropplevelser som til syvende og sist også påvirker selskapets omdømme som mobilitetsmerke. I slike tilfeller skylder du selskapet og de ansatte å legge jobbet ut på anbud.

Potensielle fordeler ved RFP/anbudsprosessen:

Relocation-administrasjonsselskaper tar med seg sin egen unike tilnærming til forhandlingsbordet:

RMC-er varierer i størrelse, erfaring og globalt fotavtrykk.

Når et relocation-administrasjonsselskap (RMC) hjelper en rekke kunder årlig, utvikles det mye global og regional kompetanse og kunnskap om alt fra innvandringslover til regionale skattelovgivning. RMC

utvikler også en sterk evne til å administrere disse prosessene mer effektivt, med høyere kvalitetsstandarder.

Prosessene er forenklet, kommunikasjon og feilsøking forbedres, og

leveringsmodeller kan tilpasses i henhold til bedriftens mål og kultur. Som eneste globalt integrerte RMC for relocation og flytting i verden, er SIRVA best posisjonert til å være en verdifull utvidelse av selskapets HR- og mobilitetsledelsesteam. Takket være vårt omfattende forsyningskjedenettverk og tjenester som administreres internt, kan vi hjelpe selskaper med å spare verdifull tid og ressurser i alle bransjer, over hele verden.

Å jobbe med en erfaren RMC med en omfattende global rekkevidde sikrer at selskaper følger beste markedspraksis og mottar de mange fordelene ved å jobbe med sitt eksisterende nettverk av profesjonelle leverandører.

Å implementere et nytt program kan være en verdifull øvelse og det er enklere enn du tror:

Til tross for bekymringen for at å hente inn en ny mobilitetspartner vil ta verdifulle ressurser (tid, krefter og finansiering), arbeider vi med en erfaren, integrert RMC som SIRVA, og utnytter faktisk ekspertisen vår på en måte som minimerer tiden som kreves fra et selskaps interne team. Fordi vi har jobbet med kunder

fra alle bransjer, i alle størrelser, i alle deler av verden, er SIRVA-konsulentene unikt posisjonert for å stille de riktige spørsmålene under

implementeringsprosessen, noe som betyr at vi er i bedre stand til å integrere plattformer, justere programmet ditt med selskapets mål, og komme i gang med å distribuere mobilitetsprogrammet ditt – raskere. Internt resulterer dette i at mobilitets- og HR-team får mer tid til å fokusere på andre bedriftsmål og interne mobilitetsmål.

Når burde selskapet mitt legge ut et anbud?

Det er kjent at en [periodisk gjennomgang av mobilitetsprogrammet](#) hvert andre til tredje år er en praktisk måte å sikre at strukturen, tilnærmingen til levering av tjenesten og de totale kostnadene for programmet ditt oppfyller de tiltenkte målene. Men hva er tegnene på at mobilitetsprogrammet ditt ikke fungerer effektivt? Hvordan kan du vite om det nå er behov for en gjennomgang?

Det er flere ting du bør vurdere:

- Har bedriftens behov endret seg?
- Har du testet tjenestene for å finne ut om du tilbyr riktig hjelp til rette ansatte?
- Er det hyppige tjenestepauser med din nåværende leverandør?

Tenk på hvert av disse spørsmålene når du vurderer å ta spranget til å skape en RFP/anbud.

Når du har bestemt deg for å legge ut et anbud, gjenstår det siste spørsmålet: Behøver RFP/anbudsprosessen å være arbeidskrevende?

En annen tilnærming til RFP-verktøystett

For å forenkle en av de mest tidkrevende aspektene med sourcing, har SIRVA utviklet et unikt interaktivt RFP Toolkit. RFP Toolkit gir kjøpere en rask og enkel vei til å oppnå objektive resultater. I motsetning til statiske spørreskjemaer og gjenbruk av eksempeltekster, hjelper SIRVAs verktøy mobilitetskøpere med å lage et raskt tilpasset anbudsdokument som virkelig reflekterer deres mål og objektiver. Ved å bare legge inn litt informasjon om programmet ditt, oppretter verktøyet et målrettet RFI-, RFP- eller RFQ-spørreskjema. **Å sortere fra en database med mer enn 1100 spørsmål, definerer verktøyet raskt de riktige spørsmålene du skal stille for å vurdere de nøyaktige egenskapene kjøpere trenger fra leverandøren sin.** Verktøyet lar kjøpere raskt lage et godt fokusert RFP/anbud som er tilpasset selskapets unike mobilitetsbehov. Ekstra funksjonalitet hjelper også kjøpesteam vurdere og sammenligne kandidatens svar på en måte som bedre sikrer upartisk beslutningstaking. Etter å ha vurdert kandidatsvarene, kan kjøperne sortere resultatene på så lite som 30 sekunder.

For å lære mer om hvordan SIRVAs RFP Toolkit kan hjelpe organisasjonen din med å implementere en enklere RFP-prosess, [besøk SIRVA.com](https://www.sirva.com).

