

Trustometer maakt vertrouwen inzichtelijk

Het wel of niet slagen van inkoop samenwerking hangt voor een belangrijk deel af van de aanwezigheid van voldoende vertrouwen tussen beide partijen. Hoe maak je dat (gebrek aan) vertrouwen inzichtelijk en bespreekbaar? Een nieuw instrument, de Trustometer, biedt uitkomst.

SUZANNE DE JONG EN MARCO VAN DER HEIJDEN*

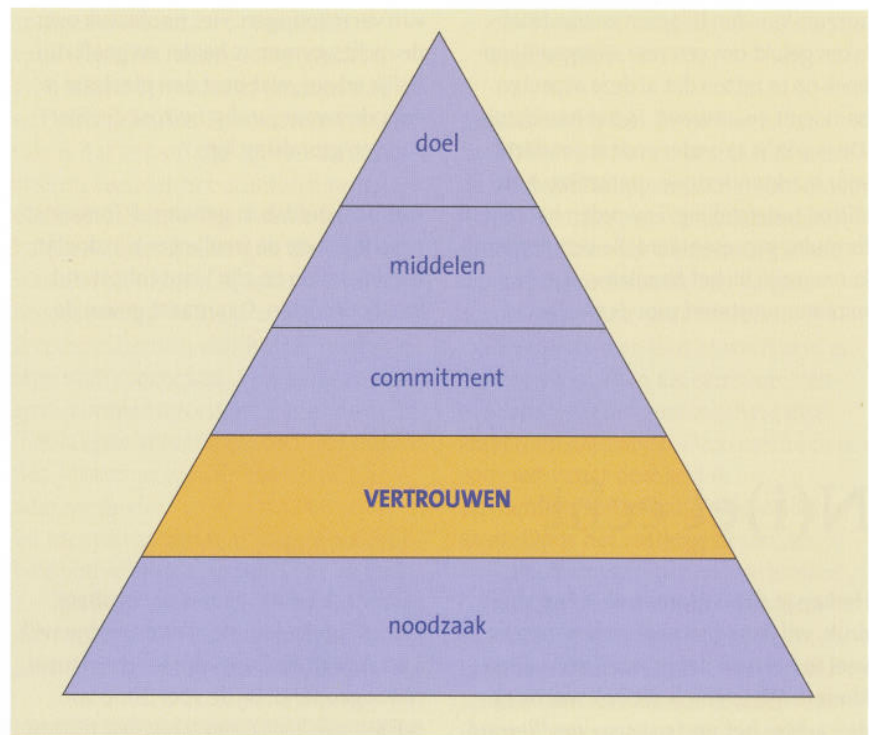
Uit onderzoek blijkt dat een van de belangrijkste factoren in het wel of niet slagen van een inkoop samenwerking, de aanwezigheid van voldoende vertrouwen tussen beide partijen is.

De eerste en allerbelangrijkste factor die de kans van slagen in inkoop samenwerking beïnvloedt, is de noodzaak tot samenwerking. Dat is logisch in die zin dat dit niet alleen gedwongen samenwerking betreft maar ook samenwerking op vrijwillige basis. Beide partijen moeten een reden hebben om met elkaar samen te werken.

Echter, de op één na belangrijkste factor blijkt vertrouwen te zijn. Er kan volledig commitment zijn van het hogere management, er kunnen procedures, afspraken en andere technische tools gebruikt worden en het doel kan helder en aantrekkelijk zijn omschreven, maar bij onvoldoende vertrouwen tussen de samenwerkende partijen (lees: inkopers) is de kans groot dat de inkoop samenwerking niet tot het gewenste resultaat leidt. Dit is weergegeven in de piramide van succesvolle inkoop samenwerking (figuur 1).

Zoektocht naar vertrouwen

Er is veel geschreven over het cruciale belang van vertrouwen, maar er was nog maar zeer beperkt verder onderzoek naar gedaan, mogelijk omdat het een terrein is waar ook sociaal-psychologische aspecten een rol spelen en het



Figuur 1. Piramide van succesvolle (inkoop-)samenwerking

onderzoek dus een wat softere focus krijgt. Intermenselijke aspecten die van invloed zijn op relatievorming in business-to-business-markten zijn echter cruciaal en daarom is het van belang dat ook daar onderzoek naar wordt gedaan. Door de steeds toenemende concurrentie waar bedrijven mee te maken hebben en waar thema's als ketenconcurrentie en leveranciersnetwerken hoog op de agenda staan, is relatievorming – en dus vertrouwen – een voorwaarde voor succes.

Tot voor kort ontbrak het aan een manier om vertrouwen daadwerkelijk meetbaar te maken. Daardoor was het slechts beperkt mogelijk inzicht te krijgen in de factoren die een rol spelen bij het ontstaan en behoud van vertrouwen tussen samenwerkende partijen.

De Trustometer® is ontwikkeld om inzichtelijk te maken hoe het is gesteld met dit vertrouwen en fungeert in feite als een soort barometer. Niet alleen verschaft het instrument inzage in het