

استفاده بهترین و کارآمدترین مشاور برون سپاری برای رسیدگی به نیازمندی های کسب و کار، مهم ترین تصمیمی است که باید در طی فرآیند برون سپاری اتخاذ کنید. در ادامه، چند توصیه برای یک انتخاب درست را معرفی میکنیم.

وقتی سخن از برون سپاری به میان می آید، انتخاب یک مشاور خوب و مناسب، مهم ترین قدم پیش روی شما تلقی خواهد شد؛ این مشاور باید در آینده، ارتباطات شما با یک تأمین کننده ی خدمات فناوری اطلاعات را مدیریت و تنظیم نماید. به همین دلیل، مشاوران تأثیر به سزایی در به دست آوردن موفقیت یا تجربه ی شکست در سازمان دارند. باتوجه به آنکه معاملات پیرامون برون سپاری فناوری اطلاعات، بسیار پیچیده هست و فروشنده ها نیز معاملات را به گونه ای زیرکانه و در جهت مصول منافع شفصی خود انجام می دهند، سازمان باید ضمن دریافت مشاوره از یک شفص ثالث خود را برای مضمور در این معامله آماده کند؛ این مشاوره ها، یقیناً برای خریداران و مشتریانی که تجربه ی پندانی در زمینه ی دریافت خدمات فناوری اطلاعات ندارند، کاربرد فوهند داشت.

اما تصمیم گیری درباره ی انتخاب یک مشاور برون سپاری مناسب، از آنچه که به نظر می آید، سفت تر و پیچیده تر است. تمام مشاوره برون سپاری، برای همه یکسان نیست. مثلاً، یک شرکت بزرگ، مشهور و نام آشنا شاید نتواند آن مقدار توجهی که موردنظر شماست، به شما مبذول دارد. و یک شرکت تازه کار، از تجربه و سوابق کافی برای رفع نیازمندی های شما برخوردار نباشد.

فرشت هم اکنون برای یک تأمین کننده به نام کائیزنت تکنولوژی سلوشن کار میکند. او معتقد است که:

“تفاوتی نمیکند که یک شرکت با سافتار پیچیده و تجربه ی طولانی در زمینه ی برون سپاری باشید یا یک نهاد تازه کار و نوپا؛ در هر صورت، شما باید با طی یک مرحله از پرفه ی برون سپاری، با یک شفص ثالث مشارکت و همکاری کنید. این فرد میتواند شما را در مذاکره بر سر یک قرارداد پیچیده یاری دهد و در طول کل فرآیند ارزیابی، دست شما را بگیرد و پیش ببرد.”

یک راهنما و مشاور برون سپاری خوب، ویژگی ها و مشخصه هایی دارد. جورج کیمبال، یکی از نمایندگان برون سپاری در دفتر بیکر و مک کنزی در سانداگو میگوید:

“بهترین مشاوران، نه تنها حافظ و مدافع منافع مشتریان هستند، بلکه فرآیندهای اجرای امور را نیز به میزان قابل ملاحظه ای سهولت می بخشند؛ این افراد، نقاط ضعف و قدرت طرفین معامله را میشناسند و میتوانند راه مل هایی فلاقانه و کارآمد را برای به دست آوردن موفقیت در اختیار هر دو طرف معامله قرار دهند.”

در ادامه، شش راه مل و توصیه برای انتخاب هوشمندانه ی یک مشاور برون سپاری معرفی میکنیم.

## 1. اهداف فود را بشناسید.

ریچارد ماتلوس، مشاور و محقق شرکت فدماتی و منبع یابی فناوری اطلاعات [گارتنر](#) میگوید:

“پیش از انتخاب یک مشاور منبع یابی، متماً، استراتژی های پایه ی فود در این زمینه را تعیین و مشخص کنید.”

به عنوان مثال: آیا هدف شما از برون سپاری، کاهش هزینه هاست؟ اگر چنین است، باید مشاوره ی را انتخاب کنید که شما را در رسیدن به همین هدف معین یاری دهد. برخی از مشاوران، در مجاب کردن فروشنده ها به کاهش قیمت تفصص دارند؛ و مابقی در موزه های دیگر فعالیت دارند.

## 2. شرکت های عظیم تر با تبلیغات (زرق و برق دار تر، همیشه شرکت های بهتری نیستند!

شرکت های مشاور برون سپاری، انواع مختلفی دارند؛ از شرکت های معروف و بزرگ که دریافتی های گزاف می طلبند گرفته ، تا افراد مستقل با دریافتی ساعتی محدود.

این عبارات را به خاطر بسپارید: بهره وری، ظرفیت، رؤیت پذیری و سازش کاری.

فرشت میگوید:

“زمانی که با یک مشاور شفص ثالث همکاری میکنید، دقیقاً همانقدری که پول میدهید آش میفورید. اما گاهی از اوقات، خلاف این قضیه نیز پیش می رود. مثلاً شرکت ها در ازای پرداخت مبالغ نجومی، مشاوره ها و توصیه های درجه پایین دریافت میکنند و در مواقع دیگر، در ازای پرداخت مبالغ اندک به شرکت های مشاور کوچک و ارزان قیمت، فدمات تأثر گذار و کارآمد دریافت می نمایند.”

یک شرکت مشاور بزرگ و فوش نام، انتخاب بسیار فوبی فواهد بود؛ اما فقط بر مبنای اسم و اعتبار نامی شرکت تصمیم بگیریید. هم اکنون، تعداد زیادی مشاور مجرب و فوش سابقه وجود دارند که در طی دوران رکود اقتصادی، از بازار کار خارج شده اند و هم اکنون به تنهایی و بصورت مستقل، فعالیت میکنند. این افراد، تففیفهای بسیار فوبی برای کار فود دارند.

## 3. به روابط شفصی میان فود و مشاور برون سپاری ، صمیمیت بیفشید.

شما با یک شرکت مشاوره قرارداد می بندید؛ اما در حقیقت، با یک فرد مشاور منفرد همکاری فواید کرد. کیمبال میگوید:

“شخص مشاور، همانقدری اهمیت دارد که شرکت مشاوره. بهترین شرکت های مشاور، همواره افرادی لایق و شایسته را به شما معرفی میکنند؛ به روش های کارآمد و مؤثر استناد می نمایند؛ و از تجربیات غنی برخوردار هستند. اما میان شخص مشاور و مشتری باید یک رابطه ی صمیمی برقرار باشد.”

ماتلوس نیز میگوید:

“مراقب باشید که گیر یک ناشی نیفتید.”

#### 4. برای ارزیابی مشاور، به مشتریان آن مشاور سر بزنید.

شما باید بصورت مستقیم و صریح، با چندین فرد از مشتریان مشاور مورد نظر خود که حداقل یک سال با وی همکاری داشته اند، گفتگو و صحبت کنید. این مشتریان، در بهترین موضع برای ارزیابی و قضاوت مشاور ایستاده اند و میتوانند بر راهنمایی ها و دستورالعمل های پیشنهادی وی ارزش گذاری کنند. این بار هم مثل بقیه ی مواقع، بهترین مراجع، افرادی هستند که آنها را میشناسید و به ایشان اعتماد دارید.

فرشت میگوید:

“آن دسته از شرکت ها و نهادها که مشاور، آنها را برای کسب نظر پیشنهاد نمیکند، ارزشمندتر و موثق تر هستند. با همکاران و همتهای خود در شرکت های دیگر که تجربه ی همکاری با مشاوران مورد نظر شما را داشته اند، ارتباط برقرار کرده و درباره ی آن مشاوران، با ایشان گفتگو کنید.”

ماتلوس نیز میگوید:

“متماً با مرجع هایی گفتگو کنید که از ابتدای فرآیند برون سپاری، با همان شرکت مشاوره ی مورد نظر شما همکاری داشته اند؛ البته بهتر آن است که مرجع هایی را پیدا کنید که سابقه ی همکاری با شخص مشاور موردنظرتان را داشته باشند.”

55. کارآمدی ابزارهای پیشنهادی مشاور را آزمایش کنید .

فرآیندها و روش های مورد استناد مشاور را کشف و بررسی کنید. مشاور باید از یک رویکرد مثبت و مؤثر برای پیشبرد اهداف شرکت مشتری در چرخه ی برون سپاری پیروی کند.

فرشت میگوید:

“از آنها، درباره ی کاربرد روش های مورد استنادشان برای مشتریان پیشین سوال بپرسید و از ایشان بخواهید که در مورد استدلال ها و فعالیت هایشان با شما در طی هر مرحله از قدمهای برون سپاری، توضیح بدهند. بدین ترتیب، متوجه فواید شد که تاچه مد برای بررسی و شناسایی مسائل منمصر به شما وقت گذاشته اند.”

ماتلوس میگوید:

“هرچه که ابزارهای مشاور شما کارآمدتر باشند، فرآیند برون سپاری نیز سریع تر و آسان تر طی فواید شد”

اما هیچگاه مقوله ی انعطاف پذیری را فراموش نکنید. کیمبال میگوید:

“به دنبال مشاورههایی باشید که در صورت نیاز بتوانند روش ها را برمسب شرایط و نیازمندی های شرکت مشتری، تغییر بدهند و روش های بدیع فلق نمایند. یک روش، برای همه ی شرکت ها جواب نمیدهد.”!

#### ۶. شناسایی تضاد منافع .

بدون شک، شما به مشاوره ی نیاز دارید که از منظر گروه فروشندگان، قابل امتزاج باشد؛ اما اگر مشاوران، بیش از مد با تأمین کننده ها راحت و صمیمی شوند، شما بازی را بافته اید.

فرشت میگوید:

“شما باید منافع فودتان را مدنظر داشته باشید؛ نه منافع مشاورانتان را! دیگر بفش ها و فطوط خدماتی شرکت مشاوره را بررسی کنید تا منافع و موزه های سودآوری ایشان را شناسایی نمایید. بعلاوه، از ایشان درباره ی ارتباط شان با تأمین کنندگان خدمات برون سپاری نیز سوال کنید تا مطمئن شوید که آنها مستقل از این شرکتها فعالیت می کنند”