LET OP: dit is een ** RUWE ** customer journey

	Oriëntatie op circulair inkopen	Starten met circulair inkopen	Uitbouwen circulair inkopen
Klantbehoeftes	Weten wat circulair inkopen is	Zoveel mogelijk ontzorging (bijvoorbeeld met hulp van templates)	Standaardisering binnen de organisatie (in plaats van een pilot). Voorkomen dat product A (bijvoorbeeld kleding) wél circulair ingekocht wordt, maar product B niet (bijvoorbeeld kantoormeubilair)
	Weten wat de voordelen zijn van circulair inkopen	Sourcing strategie opstellen (intern en extern) en daarbij zo veel mogelijk voorbeelden en ideeën als inspiratie	Hulp bij uitbouwen
	Voorbeelden van circulair inkopen bekijken	Aan de hand genomen worden	
	(Als leverancier) Weten hoe ik mijn circulaire producten aanbied	Gemotiveerd worden (ipv ontmoedigd)	
	(Als leverancier) Wie zijn de spelers in de markt van circulaire economie		
Vragen	Hoe kan ik circulaire economie introduceren in mijn organisatie?	Hoe vergelijk ik circulaire aanbieders?	Hoe kan ik resultaten meten/meetbaar maken en monitoren?
	Wie is de probleemeigenaar?	Hoe vraag ik een circulair product uit?	
	Hoe vind ik circulaire aanbieders?	Hoe krijg ik mijn interne organisatie mee?	
	(Als leverancier) Waar moet ik aan voldoen om circulair producten aan te kunnen bieden?	Wie zijn de belangrijkste stakeholders?	
	Zijn er voorschriften/eisen vanuit de overheid of mijn eigen organisatie?	Hoe krijg ik mijn huidige leverancier mee?	
	Hoe kan ik circulair inbedden in mijn inkoopcontracten?	Welke risico's loop ik?	
	Waarom is circulair inkopen belangrijk?	Welke opties voor circulair ondernemen heb ik?	
		Waar kan ik circulaire aanbieders vinden?	
Drempels	Vrijblijvendheid	Contracten worden complexer en relaties worden complexer	Risico (primair versus secundaire inkoop). Een bureaustoel is minder spannend dan je core business
	Extra werk	Je moet een lange adem hebben (vergt veel effort en het meekrijgen van veel mensen)	Meten en monitoren is complex (wat levert het op?)
	Lastig om mee te beginnen	Twijfels over kwaliteitsbeleving	In verband met lange doorlooptijd kan het zijn dat je opnieuw mensen moet mee zien te krijgen (je kunt als het ware overnieuw beginnen)
	Perceptie van mindere kwaliteit		Kan zijn dat je voor langere tijd een contract aan bent gegaan, maar dat het nu eigenlijk al achterhaald is (op het gebied van circulair)
	Soms duurder qua aanschaf (op langere termijn wel goedkoper, maar kortetermijn denken zit dit wel eens in de weg)		
	Binnen welke kaders moet ik werken?		
	Perceptie ingewikkeld en lastig		
	Samenwerken met verschillende organisaties die verschillende belangen hebben (circulair = keten sluiten)		
	Het lijkt zo veelomvattend: hoe begin ik?!		
	Achterhalen exacte besparing kan heel moeilijk zijn (over de hele keten gezien)		
	Worden vaak beren op de weg gezien		
Kansen	Inkopers willen bijdragen aan een betere wereld	Proces standaardiseren	Gemeenschappelijk kader opstellen met concurrenten is een kans (anders heb je een mogelijk concurrentie nadeel als je als eerste begint)
	Biedt businesskansen voor profilering (private sector)	Enthousiasmeren van inkopers (duidelijk maken dat het impact heeft en wat het effect is)	Zorgen dat je geen afhankelijkheid van individuele personen krijgt (ivm borging in het bedrijf, en geen afhankelijkheid van personeelsverloop)
	Schaarste van grondstoffen kan een aanjager zijn (minder afhankelijkheid, toekomstbestendig)		Het is mooi promotiemateriaal voor je organisatie (marketing, communicatie) naar buiten toe
	Gevoel van urgentie/belangrijkheid stimuleren		
	Fysieke bijeenkomsten organiseren voor kennisuitwisseling		
Inzichten	Perceptie dat kwaliteit minder is bij circulaire economie	Het is belangrijk om in oplossingen te gaan denken (circulair vergt een andere manier van denken)	Van pilot naar opschaling is moeilijk in de praktijk
	Perceptie dat circulaire economie duurder is qua inkoop	Heeft invloed op anderen (bijvoorbeeld werkzaamheden van collega's)	Er is verschil tussen primaire en secundaire inkoop (primair is het belangrijkste voor je organisatie)
	Het blijft vaak bij voornemens omdat er geen sturing op is	Contractmanager is belangrijkste persoon om mee samen te werken	Organisaties beginnen vaak met secundaire inkoop (bijvoorbeeld bureaustoelen) i.p.v. inkoop voor de core business

LET OP: dit is een ** RUWE ** customer journey

Oriëntatie op circulair inkopen	Starten met circulair inkopen	Uitbouwen circulair inkopen
Inzicht in de keten is belangrijk: als je bijvoorbeeld een t-shirt inkoopt wil je weten hoe dat shirt tot stand is gekomen	Bedrijven beginnen vaak met een pilot	Bedrijven die koplopers zijn gaan nu de stap naar uitbouwen nemen
	Er zijn 3 contractvormen: 1. Je koopt een product. Bij einde levensduur zoek je een goede manier om te recyclen/hergebruiken > samenwerking afvalleverancier 2. Afspraken met leverancier om product terug te nemen > die moet het circulair verwerken 3. Dienst afnemen > hierbij koop je niet zelf in maar neem je een service af (vaak meerjarencontract)	
Circulair is kwestie van de lange adem	Circulariteit krijgt een meer holistische benadering (het is niet alleen inkoop an sich, maar er hangt veel meer omheen dat ook betrokken moet worden)	
Je kunt dit niet alleen en hebt een team nodig	Lessen uit Green deal: liep vaak vast in organisatie	
Draagvlak in de organisatie is essentieel	Complexiteit en grootte van het vraagstuk kan demotiverend (en daarmee verlammend) werken	
Het is een transitie die je ondergaat als organisatie		
Er is een verschil tussen moeten en willen		
Afbreukrisico is aanwezig (voorbeeld papieren rietjes)		
Circulair inkopen is wel de top van inkopen (voor een junior inkoper is dit een behoorlijke drempel ivm competenties, ervaring etc.)		
Vraagt andere competenties van inkopers		
Inkoper is vaker uitvoerend		