

101 NEGOZIAZIONE 1: LA TRATTATIVA D'ACQUISTO

Tecniche di preparazione, conduzione e conclusione di una trattativa d'acquisto

Secondo Robert Fisher dell'Università di Harvard il 68% delle trattative si conclude con un accordo spesso non soddisfacente, causa impreparazione ed errori tattici. La trattativa conclude il processo d'acquisto e deve pertanto consolidare gli obiettivi di costo, qualità e di livello di servizio previsti. Negoziatori eccellenti non si nasce, si diventa attraverso l'esperienza, la capacità di analisi e acquisendo i modelli negoziali vincenti che permettono di padroneggiare il processo e le dinamiche della trattativa. Un buon compratore deve saper coniugare tattica, comunicazione e fattori di natura tecnici ed economici e impostare la trattativa massimizzando il valore aggiunto per la propria impresa. La conoscenza delle modalità di trattativa travalica l'ambito del procurement. Tutti coloro i quali, all'interno di enti, reparti e dipartimenti, che si trovano a interfacciarsi con fornitori esterni, hanno in realtà la necessità di apprendere l'arte della negoziazione. Per questa ragione tra i destinatari del corso si annoverano figure professionali anche non espressamente appartenenti all'area del procurement. Allo scopo di facilitare la comprensione e la trasferibilità dei concetti proposti verranno effettuate numerose esercitazioni e simulazioni.

OBIETTIVI

- ✓ Fornire strumenti pratici e tecniche facilmente applicabili per affrontare con successo negoziazioni con i fornitori

- ✓ Permettere il conseguimento di verificare e, se necessario, rivedere il proprio stile negoziale individuando le possibili aree di miglioramento
- ✓ Trasmettere le modalità attraverso le quali provvedere a un self-assessment della propria capacità e attitudine negoziale

DESTINATARI

- **Buyer Junior e Buyer Senior** (per apprendere le tecniche fondamentali per la progettazione e lo svolgimento di una trattativa d'acquisto)
- **Risorse attive in ambito Logistica e Supply Chain** (per raggiungere la padronanza del mezzo negoziale da utilizzare nelle relazioni con i vettori di trasporto e i fornitori di servizi di logistica)
- **Risorse operative in unità di business ed enti interni che abbiano l'incarico di provvedere all'acquisto di beni e servizi** (per le figure che sono dedicate all'acquisto diretto di beni e servizi e che pertanto hanno costanti relazioni con fornitori esterni)
- **Contract Administrator e Gestori di contratto** (per conoscere le modalità più idonee per gestire la relazione con i fornitori dei contratti di propria pertinenza)
- **Risorse dei dipartimenti di Project Management** (per ricevere una informazione accurata sulle tecniche più efficaci da usare nella relazione progettuale con fornitori esterni)

MODULO I 8 ORE

1. Strumenti di pianificazione della tattica negoziale

- a) Analisi ABC, matrice di Kraljic e dei vincoli aziendali
- b) Individuazione degli obiettivi e definizione dei target

2. Gli elementi che influenzano la trattativa

- a) Analisi del mercato e dello scenario negoziale
- b) Le strategie aziendali e gli attori coinvolti

ESERCITAZIONE - Analisi di un business case e definizione degli elementi di negoziazione

3. Come preparare una trattativa vincente

- a) La stesura del piano di trattativa
- b) Individuazione dei punti di forza e di debolezza del fornitore
- c) Prevedere le argomentazioni del venditore

4. Principi di Price Analysis

- a) Introduzione al Total Cost of Ownership
- b) Strumenti di gestione della richiesta d'offerta

MODULO II 8 ORE

1. Principi di Comunicazione efficace

- a) Assertività e comunicazione interpersonale
- b) Gestire la trattativa
- c) Tecniche di self-assessment

2. Approcci comportamentali e modelli negoziali

- a) Il modello di Harvard: dalla trattativa distributiva alla negoziazione collaborativa
- b) I modelli comportamentali e motivazionali delle parti coinvolte
- c) Impostazione della check list negoziale e dei driver negoziali

ESERCITAZIONE - Analisi di un business case ed impostazione della trattativa

3. Conoscere il venditore

- a) Le tecniche abitualmente utilizzate dal venditore

4. Dopo la trattativa

- a) Analisi e valutazione dei risultati
- b) Lesson learnt



DURATA

16 ore
2 giornate da 8 ore



EROGAZIONE

In doppia opzione: erogazione sia in presenza sia on-line, il partecipante potrà prendere parte alla lezione presso il nostro centro formazione di Milano oppure seguire la lezione on-line



EDIZIONI

• 21-22 febbraio Milano
• 23-24 ottobre Milano