

CATEGORY MANAGER: TECNICHE E STRATEGIE

Rendere il Category Management leva competitiva per l'azienda

In un mercato globale in continua evoluzione, caratterizzato da complessità crescenti, volatilità dei prezzi delle materie prime e una pressione costante sull'efficienza operativa, il ruolo del procurement è diventato più strategico che mai. Non si tratta più solo di negoziare il prezzo migliore, ma di creare valore sostenibile per l'intera organizzazione.

Il corso di formazione progettato per il category buyer si propone di sviluppare competenze strategiche e operative fondamentali per gestire efficacemente le categorie merceologiche di competenza. Il corso affronta le principali fasi del processo di acquisto declinate sulle esigenze specifiche di questo ruolo, dalla selezione e valutazione dei fornitori alla negoziazione e stipula dei contratti, con un focus particolare sulla capacità di massimizzare il valore per l'azienda.

Un modulo specifico è dedicato alle tecniche di negoziazione e alla definizione di strategie efficaci, supportate da esercitazioni pratiche su casi reali, come la gestione delle richieste di offerta, la comparazione delle proposte e la preparazione delle trattative. Il corso integra inoltre metodologie innovative, quali l'analisi del valore e le nuove forme contrattuali, per garantire un approccio moderno e competitivo.

Infine, il percorso formativo è pensato per rafforzare le soft skills del buyer, concentrandosi sulla comunicazione interna per preparare e presentare in modo persuasivo i piani strategici ai vertici aziendali e agli stakeholder interni.

Docenti senior con esperienza in multinazionali manifatturiere garanti-

scono un approccio concreto, orientato a risolvere le sfide quotidiane dei buyer. Al termine del percorso, i partecipanti disporranno di un piano d'azione immediatamente applicabile sulla propria categoria merceologica e strumenti per ottenere l'endorsement del top management.

OBIETTIVI

- ✓ Acquisire le metodologie e gli strumenti più avanzati per analizzare, pianificare e implementare strategie di Category Management
- ✓ Sviluppare e affinare tecniche di negoziazione complesse per ottimizzare accordi con i fornitori e favorire il flusso di valore lungo la supply chain
- ✓ Padroneggiare tecniche avanzate di analisi di mercato e rischio per gestire commodity critiche in scenari volatili
- ✓ Integrare resilienza e sostenibilità nei processi di acquisto
- ✓ Rafforzare l'influenza decisionale per preparare e presentare in modo persuasivo i piani strategici di categoria agli stakeholder aziendali

DESTINATARI

- **Category buyer e buyer** con responsabilità di gestione di categorie merceologiche specifiche
- **Responsabili acquisti** che vogliono sviluppare competenze strategiche e operative per migliorare le performance delle categorie di riferimento

AGENDA

MODULO I 8 ore

a) Introduzione al Category Management

- Ruolo del Category Buyer nel processo di creazione del valore
- Le sfide specifiche degli stakeholder di filiera
- Integrazione della gestione della commodity con gli obiettivi aziendali

b) Strumenti di Spend Analysis e Supplier Relationship Management

- Analisi del contesto Interno ed Esterno
- Modelli di segmentazione delle categorie merceologiche
- Identificazione e gestione dei fornitori critici

- La relazione con i fornitori strategici
- Strumenti di cost analysis (TCO, Cost driver, Breakdown, Target Cost)
- Tecniche di Scouting

c) Tecniche di Negoziazione Avanzata per Category Buyer

- Preparazione e pianificazione della negoziazione
- Identificazione delle leve di negoziazione
- Pratiche di Trattativa Conflittuale e Negoziazione Collaborativa: Il Modello di Harvard
- Gestione delle trattative complesse

MODULO II 8 ore

a) Sviluppo della Category Strategy

- Definizione degli obiettivi strategici di categoria
- Sviluppo del Category Plan: dal concept all'implementazione
- KPI quantitativi e Dashboard visive di controllo
- Integrazione dei criteri ESG nelle gare d'acquisto

b) Il processo di Risk Management

- Identificazione e valutazione dei rischi specifici di commodity
- Sviluppo di strategie di mitigazione del rischio
- La complessità delle catene di fornitura globali
- La leva contrattuale

c) Tecniche di Reporting Efficace e Comunicazione Interna

- Identificazione degli stakeholder interni chiave
- Mappatura degli interessi e delle esigenze degli stakeholder
- Preparazione della presentazione e fondamenti di comunicazione

ESERCITAZIONE: definizione di un piano di category strategy



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

• 28-29 maggio