

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, lo 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 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)

AGENDA

MODULO I - 8 ore

1. Introduzione alla negoziazione

- Il valore della negoziazione tra efficacia ed efficienza
- Self-assessment

2. Strumenti di pianificazione della tattica negoziale

- Definizione degli obiettivi e relazione con gli stakeholder
- Studio dei fattori negoziali (Processo, Mercato, Fornitura, Fornitore)
- Strumenti di Analisi (analisi ABC mono e multicriterio, Matrice di Kraljic e dei vincoli aziendali)

3. Principi di Price Analysis

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

4. Il processo negoziale e le sue fasi

- Preparazione
- Apertura e confronto
- Contrattazione e Proposta
- Chiusura

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

MODULO II - 8 ore

1. I modelli negoziali

- Cenni sulla Teoria dei Giochi ed introduzione alle negoziazioni complesse
- Modello analitico e presupposti di razionalità e coerenza
- Negoziazione distributiva: gestire le informazioni per il vantaggio negoziale
- Negoziazione integrativa: il modello di Harvard per la costruzione di valore
- Negoziazione interna e mandato negoziale

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

2. Principi di comunicazione interpersonale efficace

- Gestire l'emotività: proattività per rafforzare l'efficacia negoziale
- Il modello di Shannon e la circolarità comunicativa
- La negoziazione percettiva
- L'ascolto attivo e l'arte di domandare
- La comunicazione inconscia: introduzione alla comunicazione non verbale

3. Dopo la trattativa

- Analisi e valutazione dei risultati
- 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

• 25-26 febbraio Milano
• 28-29 ottobre Milano