

Purchasing 4 Sales

"Gli Acquisti Svelati" 7,8 e 9 luglio 2020

Un aggiornamento dedicato ai professionisti della funzione commerciale sul processo, le procedure e le tecniche di acquisto



ABSTRACT

Sono molte le domande che i professionisti della funzione Commerciale si pongono durante la relazione con coloro i quali si occupano di acquisti presso l'azienda cliente. La mia proposta tecnica ed economica è adeguata? Verrà presa in debita considerazione? In quanti fornitori siamo a concorrere in questa gara? Il buyer che è stato nominato come mia interfaccia è competente? E' abituato a trattare oppure stabilisce a chi assegnare la fornitura solo comparando le offerte? E che metodologia di comparazione utilizza? Che cosa nasconde il modo di fare di questo buyer? Quali obiettivi si sta ponendo? Cerca qualità o prezzo? Che genere di relazione ha con l'ente tecnico? E' capace di gestire un bluff? Oppure ama il gioco a carte scoperte? Il venditore, anche se ha già intrattenuto rapporti di natura tecnica con il cliente interno, verrà richiesto di inviare la sua offerta alla funzione acquisti la quale la valuterà e, eventualmente, la negozierà per pervenire all'assegnazione del contratto di acquisto.

Questo corso, organizzato dagli specialisti della formazione in campo acquisti e supply management, svela quali sono le tipiche procedure di approccio e di gestione dei fornitori da parte degli addetti e dei responsabili acquisti, come avviene la scelta dei fornitori da interpellare, come sono valutate le proposte dei fornitori e quali sono le tecniche negoziali più utilizzate. Suddiviso in tre moduli da 4 ore viene erogato online nelle date sotto riportate, per ciascun modulo è prevista la testimonianza di un direttore acquisti di aziende del mondo industriale e dei servizi.

DOCENTI

I docenti sono, o sono stati, Responsabili di funzioni acquisti di aziende di rilievo, professionisti che pertanto oltre a conoscere a fondo il proprio mestiere, hanno avuto l'opportunità di relazionarsi a lungo con gli esponenti commerciali dei fornitori, acquisendo in questo modo una completa conoscenza e padronanza delle logiche tecniche e comportamentali caratteristiche del loro ruolo e della loro attività

A CHI E' RIVOLTO

A tutti coloro che, indipendentemente dal ruolo, dalla posizione e dal livello di responsabilità, si occupano di vendita e che intrattengono relazioni con le funzioni acquisti delle aziende clienti. Il corso è di natura trasversale e pertanto è stato progettato per essere fruito da venditori appartenenti ad ogni settore di attività economica operanti nell'industria e nel terziario. Si tratta, dal punto di vista della didattica formativa per le risorse commerciali, di una novità assoluta, per la prima volta il mondo degli acquisti si rivolge a quello delle vendite parlando la medesima lingua!

OBIETTIVI

- Trasmettere la conoscenza delle principali fasi del processo del procurement che impattano sull'attività commerciale dei fornitori
- Fornire gli elementi di analisi psicologica che contraddistinguono i comportamenti delle risorse operanti in campo acquisti e supply management
- Individuare quali sono gli errori da evitare nella relazione e nella trattativa con la funzione acquisti dell'azienda cliente

MODULO I - 4 ore

Il processo di acquisto e l'interazione cliente/fornitore

- La nascita del fabbisogno presso l'azienda cliente
- I contatti tra il Venditore e gli enti tecnici della società cliente
- La richiesta di acquisto e la specifica tecnica
- Come viene costruito il panel dei fornitori da interpellare
- Casi particolari: urgenze, fornitori vincolati
- Metodologie di comparazione delle offerte dei fornitori

TESTIMONIANZA: Supply Chain Manager Industria Manifatturiera

MODULO II - 4 ore

Buyer e venditore – prima parte

- Come un Acquisitore valuta la professionalità del Venditore:
- Capacità relazionali e comunicative
- Preparazione tecnico e professionale
- Capacità di comprendere le effettive esigenze del buyer

TESTIMONIANZA: Direttore Acquisti Multinazionale Chimico/Farmaceutica

MODULO III - 4 ore

Buyer e venditore – seconda parte

- Comportamenti "non efficaci" del venditore
- Come l'Acquisitore valuta l'Azienda del Venditore
- Analisi dei modelli "stereotipi" di acquirenti (vademecum):
- Capacità di interazione e condivisione
- L'importanza del Value Added-Value Engineering

TESTIMONIANZA: Direttore Acquisti Istituto Bancario

Quota di partecipazione: € 600,00 + IVA

Sono previste agevolazioni per i Soci ADACI: per informazioni formanagement@adaci.it