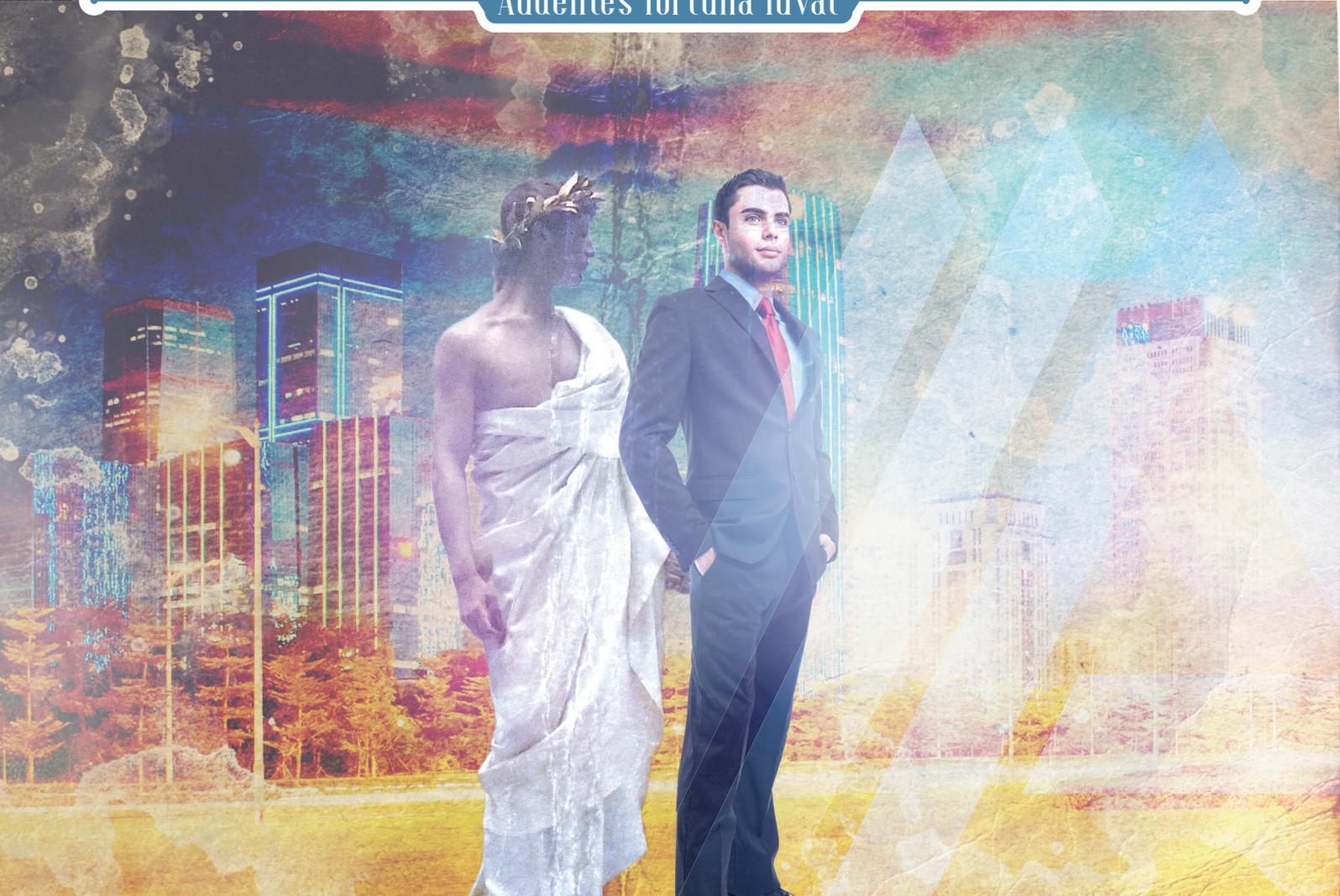


VIRGILIO

ADACI

UNA "GUIDA" PROFESSIONALE PER SVILUPPARE RELAZIONI E MERCATI

Audentes fortuna iuvat



ADACI propone a tutti i soci il progetto "VIRGILIO ADACI":

una strategia inclusiva che prevede l'accompagnamento nel percorso di selezione dei clienti/fornitori fino all'individuazione delle migliori opportunità di scelta. ADACI è infatti una grande famiglia di persone e di imprese e VIRGILIO-ADACI consentirà la conoscenza reciproca per interessare nuovi, proficui, legami di fornitura.

Il nome e il concept del progetto sono ispirati al poeta Virgilio che accompagna Dante nel viaggio attraverso l'Inferno ed il Purgatorio per "riveder le stelle": un'analogia virtuosa di guida affidabile e competente per chi intende svolgere un itinerario professionalmente qualificante, nel rispetto dei bisogni e degli obiettivi dei diversi attori protagonisti dello sviluppo del business aziendale.

01 COME È POSSIBILE SVILUPPARE AL MEGLIO IL NETWORK ADACI?

OBIETTIVI DEL PERCORSO

L'obiettivo degli Acquisti è quello di connettere le necessità della propria azienda con il mercato reperendo soluzioni e fornitori sul mercato in modo da conseguire in modo sostenibile e consapevole i risultati necessari al migliorare il valore competitivo dei prodotti/servizi.

L'obiettivo del Marketing è quello di connettere il valore dell'azienda alla giusta base di clienti e imporsi sul mercato. Ecco perché lo sviluppo delle giuste strategie di marketing aziendale è un aspetto cruciale, sia per le PMI che per le grandi aziende: in palio c'è la volontà/capacità di emergere all'interno del proprio segmento di riferimento e incrementare il business.

Il Marketing degli Acquisti è un processo che nasce dagli obiettivi di marketing e finanziari aziendali.

A determinare il piano di marketing degli acquisti sono le risposte alle seguenti domande:

- **Quali sono le classi strategiche di fornitura;**
- **Quali sono le criticità/opportunità di fornitura**
- **Quali sono gli obiettivi aziendali;**
- **Qual è il target di riferimento;**
- **Quali sono le opportunità/necessità di mercato**
- **Come è composta la matrice di Kraljic dei fornitori.**
- **Come raggiungere il target ideale e gli obiettivi.**

L'ultimo passaggio del piano è il cosiddetto Marketing Mix, dedicato alla definizione delle strategie più idonee a raggiungere gli obiettivi aziendali.

I PUNTI STRATEGICI DEL PERCORSO

Alcune delle strategie di Marketing per le Funzioni Acquisti potrebbero essere:

A) Analisi SWOT

È un processo di analisi che scaturirà da un questionario analizzato con le expertise e best practice ADACI che porterà alla stesura dell'analisi SWOT, che potrà essere usata dal Socio per affrontare le minacce/rischi gestendo le debolezze per migliorare il proprio valore competitivo basandosi sui punti di forza cogliendo le opportunità.

B) Analisi delle opportunità di mercato

ADACI intende supportare il Socio nel Marketing di Acquisto analizzando assieme la matrice di Kraljic e verificando/proponendo opportunità di business e/o fornitori. Per avere i dati necessari all'analisi sarebbe possibile utilizzare delle indagini di mercato, degli eventi promozionali ad hoc o dei focus group riuscendo a:

- Ascoltare gli acquirenti e le aziende per poter studiare le loro richieste e **trovare nuove opportunità** o **migliorare il prodotto.**
- Ricevere idee ed opportunità nuove con **soluzioni che non conoscevi** ma che sarai in grado di soddisfare.

C) Sviluppare il contatto

I buyer/Resp Acquisti/CPO potranno scegliere di utilizzare/ingaggiare degli "accompagnatori Virgilio", inseriti in una lista di professionisti forniti da ADACI che potranno supportare lo sviluppo del MKT di Acquisito in modo discreto e rispettoso per ricevere opportunità di business adatte e selezionate.

D) Marketing per il network

Il Socio potrà gratuitamente sia iscriversi al portale Opportunity sia partecipare agli eventi ADACI di networking per poter ricevere informazioni e selezionare le soluzioni più adatte.

E) Finalizzare l'opportunità

ADACI potrà supportare il buyer fino all'incontro con l'azienda partner cercando di coniugare al meglio le necessità del compratore e del venditore

F) Il modello di business e i costi

Il servizio VIRGILIO è gratuito per i soci ADACI, lato buyer. Le Aziende partner di ADACI contribuiranno economicamente allo sviluppo del progetto.

02 ATTUAZIONE E CONTROLLO DI SFORZI E RISULTATI

Una volta che la macchina del networking e marketing ADACI sarà avviata ne vanno supportati e controllati gli sviluppi. **L'azione di marketing deve essere costantemente monitorata** grazie a ricerche di mercato o audit delle risorse e **potenziata dove serve**.

Le fasi del marketing aziendale dovranno essere circolari: il controllo dei risultati deve portare ad analizzare nuove per ricominciare il processo e **continuare la crescita e il miglioramento** dei prodotti, del mercato e dell'azienda.

I vantaggi del marketing ADACI

I vantaggi che derivano dal marketing aziendale attraverso un "accompagnatore Virgilio" conosciuto da entrambi gli attori protagonisti, aiuta a sviluppare più rapidamente il contatto e l'opportunità, permettendo **sia ai Buyer/Responsabili Acquisti/CPO che all'azienda partner di essere più concentrati verso il suo fine** e evitando costose dispersioni di sforzi, di tempo e di denaro.

Altri vantaggi

- Limitazione dei rischi
- Continuo studio delle preferenze del consumatore riduce la probabilità di insuccesso
- Migliore sfruttamento delle opportunità
- Poter vedere prima della concorrenza nuove aperture del mercato, interfacciandosi continuamente con i decision maker aziendali.

03 BENCHMARKING RETRIBUTIVO

ADACI ha stipulato un accordo con ODM del gruppo GI GROUP **per rilasciare al SOCIO un'analisi del benchmarking retributivo**, a fronte della compilazione di una scheda atta a profilare le competenze/posizionamenti del richiedente.

Per maggiori informazioni potrai contattare i referenti ADACI attraverso la segreteria nazionale ADACI, all'indirizzo email informazione@adaci.it o al numero 02-40072474.



SCOPRI OPPORTUNITY ADACI: UN'OPPORTUNITÀ DI CRESCITA COMUNE

ADACI, nell'ottica di fornire un utile servizio ai propri Soci ed alle loro Aziende, ha lanciato il progetto «OPPORTUNITY», che vuol essere qualcosa di più e di diverso dal solito Network in cui si mettono in contatto domanda e offerta, ma rappresentare un nuovo modo di creare e sviluppare 'opportunità' di business.

Perché? Perché un altro network, perché si dovrebbe farne parte, perché una nuova piattaforma? Queste domande sorgono spontanee in chi vede nascere l'ennesimo network, che promette mirabilia, ma che spesso può apparire come generatore di contatti inutili e di spam. La risposta ADACI si focalizza su tre punti fondamentali, che la caratterizzano:

Genesi, Idea e Progetto

Genesi

Coloro che lavorano nell'ambito della Supply Chain sanno che una parte rilevante di tempo e risorse sono dedicate alla costante ricerca di nuove fonti di approvvigionamento, di consolidamento dei fornitori, di validazione e qualificazione delle forniture e della supplier list.

Nel contempo, le Aziende ricercano costantemente nuove opportunità di business, investono tempo e denaro, nella promozione dei propri prodotti e servizi, nella ricerca di nuovi Clienti e nella loro referenziazione.

Da qui nasce naturalmente...



Idea

Avendo constatato che referenziazione, passaparola e competenze sono tra i requisiti principali che intervengono nella scelta di un fornitore, l'idea alla base del progetto OPPORTUNITY consiste molto semplicemente nel fornire un sistema in cui siano comprese le informazioni più attendibili che riprendono e raggruppano tutte queste caratteristiche.

Tre i fattori e gli attori in causa:

- da una parte, un meccanismo di creazione del valore per chi vuole incrementare il proprio raggio di azione e di vendita;
- dall'altra, una modalità per la riduzione dei tempi e dei costi di ricerca dei fornitori, con referenziazione e qualifica delle fonti di fornitura, per chi vuole ottimizzare costi ed impegni del procurement;
- al centro, ADACI come catalizzatore tra i due mondi, qualificando fornitori che possono essere visti anche come clienti, rendendone disponibili le informazioni nel network creato.

Progetto

Così nasce "Opportunity... pecunia manet": un progetto che, mediante una piattaforma informatica, permette alle aziende di accedere ad un percorso di qualificazione come fornitori sotto l'egida del network ADACI, avendone in cambio un'ampia visibilità, accessibile per categorie merceologiche e per prodotti, efficace per esigenze sia di acquisto che di vendita.

In un portale unico, riservato ai Soci ADACI e alle Aziende aderenti:

- il buyer può reperire le informazioni necessarie alla scelta di un fornitore;
- le Aziende possono proporre e mettere in evidenza i beni ed i servizi commercializzati, referenziandosi come partner «qualificato» da ADACI.

Come funziona

Per il Socio ADACI:

- Tutti i Soci ADACI hanno accesso al portale, attraverso una piattaforma web, e possono utilizzare i dati dei fornitori pre-referenziati, riducendo tempi e costi di qualificazione dei fornitori.
- I Soci ADACI sono parte attiva dello sviluppo del network: invitando, indicando e segnalando aziende loro fornitrici per l'adesione al programma di qualificazione.

In questo modo, con OPPORTUNITY:

- si rafforzano i principi associazionistici di ADACI,
- si sviluppa il network,
- si accede ad una fonte di risparmio aziendale, avendo la possibilità di reperire fornitori pre-qualificati da ADACI secondo standard comuni.

Per i Fornitori e le Aziende

L'Azienda partecipante ad OPPORTUNITY e al processo di REFERENZIAZIONE ADACI può trovare:

- Un programma di referenziazione molto simile alla qualificazione delle maggiori società nazionali ed internazionali.
- Un Coordinamento tecnico-scientifico in team con un esperto indicato da ADACI.
- Un supporto per la compilazione del questionario di referenziazione ADACI e qualificazione Aziende.
- Visite del coordinatore ADACI per la verifica di referenziazione.
- Attestato di "FORNITORE REFERENZIATO ADACI" con validità biennale.



- Verifica e ricertificazione al 2° anno.
- Inserimento del fornitore nel “panel fornitori REFERENZIATI ADACI” con profilo aziendale completo.
- Logo e pubblicità sui sistemi e network ADACI.

Ma, soprattutto, per le Aziende è un’opportunità unica di sviluppare la crescita del business, accedendo ad un network composto da professionisti degli acquisti. La piattaforma informatica per la gestione del progetto Opportunity di ADACI è stata sviluppata in collaborazione con NIUMA. Lo strumento è solo una parte del sistema articolato e completo per la gestione della supply chain, appositamente personalizzato per Opportunity di ADACI.

Le caratteristiche salienti del sistema sono quelle di una completa gestione della scheda fornitori.

Metodologie operative del progetto in pillole e semplici mosse

In sostanza la piattaforma Opportunity si muoverà così:

- 1) Il fornitore chiede di essere valutato/qualificato (attraverso il portale).
- 2) Il fornitore invia il documento di auto referenziazione e/o lo compila on-line.
- 3) A sistema sarà posto un flag di Segnalazione ADACI (attraverso un modello dove sarà inserita la referenza ADACI).
- 4) I buyer, per entrare a far parte del progetto Opportunity, devono compilare un questionario on-line autorizzando ad essere contattato dalle Aziende iscritte al portale.
- 5) Il buyer interessato ad un fornitore invierà richiesta di contatto ad ADACI. L’azienda interessata a contattare un buyer o un’azienda indicata come presente lato buyer, invierà richiesta ad ADACI.
- 6) ADACI, dopo aver valutato che la richiesta del buyer o dell’azienda sia lecita (nessun buyer o Azienda potrà chiedere il profilo di un’azienda concorrente, salvo preventiva autorizzazione degli interessati stessi), invierà la scheda al buyer richiedente/richiesto ed informativa all’azienda di segnalazione del contatto richiesto.
- 7) ADACI invierà anche email informativa sia al buyer richiedente/richiesto con il contatto del socio segnalante, se lo stesso ha autorizzato tale contatto, sia allo stesso socio segnalante dell’avvenuta visualizzazione di un’azienda da lui segnalata ed il nominativo del buyer richiedente.
- 8) A questo punto, fuori dal contesto di Opportunity di ADACI, potranno avvenire i contatti tra azienda e soci e tra i soci stessi, per creare opportunità di business attraverso contatti referenziati.

Il sistema (piattaforma) prevede degli accessi settoriali ovvero:

- Administrator: completa visione ed operatività.
- Fornitore: inserimento dati e modifica degli stessi.
- Utente base (socio, sponsor, fornitore): vedrà le categorie, sub categorie e numero di fornitori ed i settori di appartenenza e le aziende dei buyer (senza però un abbinamento diretto NomeAzienda).
- Utente professional (solo socio): potrà vedere i nominativi del fornitore per categoria e la segnalazione se il fornitore risulta essere “Segnalato ADACI” e/o “Referenziato ADACI”.

