

IL MARKETING D'ACQUISTO: LA RICERCA, LA QUALIFICAZIONE ED IL MONITORAGGIO DEI FORNITORI

OBIETTIVI

Cresce nell'economia attuale la dipendenza dell'impresa dai costi e dalle prestazioni dei suoi fornitori. Le relazioni di rete che si instaurano fra le imprese e fornitori determinano in larga parte le prestazioni della nostra impresa verso i suoi clienti finali. Diventa così importante acquisire capacità di selezione, mediante corretti sistemi di audit e di controllo dei costi e delle prestazioni dei nostri fornitori per poter vincere la sfida competitiva. Le caratteristiche delle forniture, la ricerca di nuovi prodotti (materie prime, componenti e servizi), di nuovi fornitori e di nuovi mercati di fornitura rappresentano abilità e competenze fondamentali.

DESTINATARI

Imprenditori e responsabili aziendali, responsabili della logistica, responsabili acquisti ed approvvigionamenti, addetti customer care, responsabili di produzione, responsabili programmazione della produzione, controller.

CONTENUTI

- Marketing d'acquisto: Il portafoglio acquisti e le attività di marketing d'acquisto.
- Politiche di selezione basate sulla criticità prodotto – mercato
- Valutazione dei rischi di fornitura
- Criteri di valutazione dei fornitori in fase di audit
- Il prezzo
- La capacità produttiva
- Le prestazioni qualitative
- L'organizzazione e sistemi software
- La consonanza strategica
- Il Total Cost of Ownership (il costo complessivo di possesso e gestione della fornitura): i benefici dell'utilizzo del TCO e come sviluppare un sistema TCO
- Come progettare una riduzione dei costi totali d'acquisto: la preventivazione dei costi per anticipare l'offerta del fornitore
- La qualificazione e la certificazione dei fornitori: strumenti e metodologie
- La progettazione, implementazione ed avvio di un sistema di valutazione dei fornitori
- Esempi di progettazione di sistemi di vendor rating

DOCENTE

Franciosi Flavio: Svolge docenze nell'area logistica e processi operativi, in particolare si occupa delle tematiche legate al supply chain management, ai modelli e sistemi di previsione di vendita e gestione delle scorte, logistica integrata e approvvigionamenti. Svolge attività di docenza presso per enti di formazione legati alle associazioni di categoria e in master specialistici. Dal 1990 lavora come consulente per una società di consulenza di direzione di Milano nell'area Logistica e Processi Operativi. Ha pubblicato come coautore i seguenti testi: "Assistenza e manutenzione dei beni strumentali" (il sole 24 ore), "Sviluppare nuovi prodotti (il sole 24 ore), il futuro della tua impresa (Franco Angeli), Il passaggio generazionale nelle PMI (Franco Angeli)

DURATA E ORARI

14 ore

SEDI E DATE

PIACENZA, 22 e 29 marzo

PARMA, 20 e 28 novembre

REGGIO EMILIA, 14 e 21 maggio

MODENA, 11 e 17 ottobre

FERRARA, 2 e 9 maggio

RAVENNA, 4 e 11 marzo

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

450,00 € + IVA az. associate

540,00 € + IVA az. non associate

ISCRIZIONE

Vedi le modalità alle pagine 4 e 5