
IL BUYER DI SUCCESSO

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Il corso affronterà tematiche inerenti il ruolo acquisito nel tempo dalla Funzione Acquisti, alle responsabilità e agli obiettivi oggi di competenza dei buyer, alle principali attività svolte ed alle relazioni con le altre funzioni interne aziendali.

Dopo aver fatto una panoramica su come normalmente oggi si svolge un processo d'acquisto all'interno dell'attività di approvvigionamento dell'azienda, si affronteranno le modalità con cui la Funzione determina le proprie "politiche d'acquisto" e ne esamina le macrovariabili ed i criteri relazionali da impostare con i principali fornitori (Leva e Critico/Strategici).

PROGRAMMA

Orari giornata formativa:

9:00 – 9:15 Accredimento partecipanti

9:15 – 13:00 Formazione

13:00 – 14:00 Pausa

14:00 – 18:00 Formazione

18:00 Conclusione

Coffee break a metà mattina e metà pomeriggio

PROGRAMMA DIDATTICO: **PRIMA GIORNATA**

Modulo 1° – Come è cambiato il ruolo del buyer

- Funzione Acquisti e Funzione Approvvigionamenti

Il buyer di successo

- Origini ed evoluzione del Buyer: da mero gestore degli ordini a “Category Manager”
- Organizzazione, ruoli e compiti e responsabilità della Funzione Acquisti e logistica
- I sei obiettivi della Funzione Acquisti / competenze primarie e di supporto
- Skill del Buyer e ruoli ricorrenti nell’ambito della Funzione Acquisti

Modulo 2° – Il processo d’Acquisto oggi e le relazioni intercorrenti tra le diverse aree aziendali

- Il processo d’acquisto e sua evoluzione nel tempo
- Esame delle attività a maggior “Valore Aggiunto”
- Esercitazione: comparazione con le attività a V.A. del proprio processo d’Acquisto aziendale
- I rapporti con le altre Funzioni Aziendali
- I criteri relazionali dell’interfaccia verso il “Cliente Interno”

PROGRAMMA DIDATTICO: SECONDA GIORNATA

Modulo 3° – Gestire acquisti e mercati, individuando ed utilizzando congrue politiche d’acquisto

- Conoscere il mercato d’Acquisto: libera concorrenza, oligopolio, monopolio, ... monopsonio
- Comprare nelle economie di mercato o ricorrere alle economie emergenti?
- Il posizionamento di merceologie e Fornitori all’interno della Matrice di Kraljic
- Le politiche d’acquisto da utilizzare in azienda
- Esercitazione: posizionare le “nostre merceologie” ed i “nostri Fornitori” utilizzando la Matrice di Kraljic e definire quali politiche d’acquisto applicare

Modulo 4° – La gestione dei Fornitori e dei rapporti all’interno della Supply Chain

- Analisi delle relazioni tra la Funzione Acquisti ed i Clienti/Fornitori
- L’apporto della Funzione Acquisti sulle attività e sulle politiche di *Outsourcing/Insourcing* e su quelle relative al “*Make or Buy*”
- Cenni sulle politiche di controllo e di monitoraggio delle Performance

DOCENTI

MAURILIO SARTOR – Laurea in Economia e Commercio. Ha prima maturato significative esperienze in campo amministrativo e finanziario in multinazionali meccaniche e chimiche e da più di venticinque anni opera negli Acquisti e nella Supply Chain in multinazionali, nelle PMI ed anche nella Pubblica Amministrazione. Da tempo affianca le Direzioni Acquisti e Logistica di aziende ed Enti in progetti organizzativi, implementazione di nuove strategie d'acquisto, ricerca di saving strutturato, raggiungimento di obiettivi performanti nella gestione del parco fornitori.

DESTINATARI

Buyer e Category Manager di recente nomina, Senior Buyer che necessitano di aggiornamenti, neo Responsabili Acquisti provenienti da altre aree aziendali, imprenditori e manager che vogliono promuovere un cambiamento culturale ed organizzativo all'interno della Funzione Acquisti della propria azienda o dell'azienda in cui operano.

REFERENTI

Il buyer di successo

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA