TECNICA E PSICOLOGIA DEGLI ACQUISTI

2022

Milano, 21-22 Febbraio
Milano, 5-6 Maggio
Milano, 6-7 Ottobre

IN PRESENZA O LIVE STREAMING

PARTECIPANTI

Responsabili e addetti degli uffici acquisti e approvvigionamenti, compratori, responsabili della produzione o loro assistenti e responsabili della qualità che desiderino migliorare le proprie abilità negoziali.

Quanto maggiore è la difficoltà, tanto maggiore sarà la gloria

CICERONE

PROGRAMMA

Cos'è oggi la funzione acquisti?
- Obiettivi e centralità della funzione acquisti in azienda
- Il criterio di congruenza negli acquisti
- Il processo d'acquisto: fasi e metodo

I fronti d'intervento della funzione acquisti: domanda interna e offerta esterna
- La domanda interna:
  - il compratore come filtro e riformulatore
  - dalla richiesta al bisogno
  - aprire l'implicito
  - diffondere metodologia
- L'offerta esterna:
  - sapere cosa si vuole
  - parametri e criteri d'acquisto
  - stabilire priorità
  - condizioni di mercato
  - marketing d'acquisto
  - potere negoziale del fornitore
  - potere negoziale del compratore

Processi decisori e trappole cognitive
- La decisione come ponte fra ragione ed emozioni
- Stile emotivo/trappole cognitive

La trattativa d'acquisto
- Processo e fasi
- Impostazione/comunicazione/valutazione
- Capacità di vendita/capacità di acquisto
- Trattativa come studio di opportunità

Preparazione della trattativa
- Elementi che influenzano la trattativa
- Analisi del valore
- Scelta dell'approccio negoziale
- Porre gli obiettivi della negoziazione
- Identificare gli elementi di scambio
- Piano degli argomenti
- Eventuale assistenza di un collaboratore tecnico

La fase di negoziazione
- Tecniche di negoziazione/tecniche di comunicazione
- Potere e negoziazione
- Ragioni d'acquisto e motivazioni d'acquisto: la variabile soggettiva
- Quali elementi consentono il miglioramento del proprio metodo d'acquisto
- La conoscenza psicologica del venditore
- Identificare gli atteggiamenti vincenti
- Negoziazione di posizioni/negoziazione di interessi: quando e perché
- L'elaborazione di alternative
- Prontezza e flessibilità
- Perseguimento degli obiettivi reciproci

La valutazione della trattativa
- Confronto con gli obiettivi
- Individuazione degli errori e dei meccanismi coinvolti

OBIETTIVI

Attivare una funzione acquisti integrata nella realtà aziendale e impostare una trattativa d'acquisto coerente con gli scopi e i mercati individuati. Riconoscere i meccanismi alla base degli errori e utilizzare uno schema metodologico che aiuti a non trascurare nessuna di quelle pieghe in cui si annidano gli errori più striscianti e le opportunità più preziose.

2 GIORNI

ISCRIZIONI

SINGOLA € 1.315 (+IVA)
per l'iscrizione di un partecipante

MULTIPLA -15% a persona per:
2 o più iscritti alla stessa edizione del corso
9 o più iscrizioni nell'arco di 12 mesi
a diversi corsi a catalogo

COME

+39 02 38010666
scuoladipaloalto.it
informazioni@scuoladipaloalto.it