IL RESPONSABILE ACQUISTI

2022

Milano, 7-8-9 Febbraio
Milano, 2-3-4 Maggio
Milano, 28-29-30 Novembre

IN PRESENZA O LIVE STREAMING

PARTECIPANTI

Direttori e responsabili degli acquisti, dei materiali, delle operations, della logistica, della ricerca e sviluppo. Commodity manager, neo-responsabili acquisti che intendano rafforzare e ampliare le competenze necessarie al ruolo ricoperto. Buyer e assistant buyer che intendano sviluppare le proprie competenze per prepararsi a ricoprire ruoli di maggiore responsabilità. Consulenti e imprenditori che intendano consolidare e ampliare le proprie competenze nell'area acquisti.

Come un campo, anche se fertile, non dà frutti se non lo si coltiva, così accade al nostro spirito senza lo studio

CICERONE

PROGRAMMA

Gli acquisti nel nuovo sistema competitivo
- Il contesto competitivo
- Il nuovo ruolo della funzione acquisti
- L'impatto degli acquisti sul business

La gestione del portafoglio acquisti
- L'analisi del portafoglio acquisti:
  - la definizione delle categorie di acquisto
  - la struttura del portafoglio acquisti
  - l'analisi ABC del portafoglio
  - l'analisi dello spending
- La matrice di portafoglio di Kraljic

La gestione dei mercati di fornitura
- Tipologia di fornitori: OEM, ODM, contract manufacturer, service provider, dealer
- L'analisi dei mercati di fornitura: struttura dei mercati di acquisto, posizionamento dei fornitori e tecniche di pricing dei fornitori
- Ricerca e selezione di potenziali fornitori: le forme di scouting e i criteri di selezione

La gestione dei rapporti di fornitura
- Rapporti di fornitura e costi di transazione
- Rapporti con i fornitori e tipologie di rapporto
- L'allocazione delle forniture
- La negoziazione
- Potere contrattuale fornitore/venditore
- Le forme contrattuali
- I processi di acquisto ed e-procurement:
  - l'organizzazione per processi
  - i processi di gestione degli acquisti
  - il web a supporto dei processi di acquisto
- Forme e prospettive dell'e-procurement
- Rating e ranking dei fornitori: prestazioni da valutare a seconda della tipologia di fornitore e tecniche di vendor rating

Analisi e valutazione dei prezzi di acquisto
- Gli approcci alla valutazione dei prezzi di acquisto: price analysis/cost analysis
- Le tecniche di cost analysis: total cost of ownership (TCO), "should cost" analysis, supplier cost breakdown structure (CBS), industry analysis, open books analysis
- Le tecniche di price analysis: competitive biddings, confronto dei prezzi di mercato
- Il metodo a punteggio

L'outsourcing
- L'outsourcing save costing/L'outsourcing strategico
- L'outsourcing produttivo/l'outsourcing di servizi
- La delocalizzazione produttiva: domestic shoring – nearshoring - offshoring
- Il make or buy

Il supply chain management
- Logistic management and supply chain management
- L'organizzazione dei fornitori per livelli
- Gestione dei materiali a scorta
- Gestione dei materiali a fabbisogno: MRP
- La gestione delle consegne

Il budget degli acquisti
- La struttura del budget aziendale: master budget e budget degli acquisti
- Approcci di budgeting: approccio "storico", approccio "base zero", approccio "activity based budgeting"
- Il budget di acquisto: budget dei materiali diretti, indiretti, dei servizi

Il controllo economico degli acquisti
- Il contributo degli acquisti alla creazione di valore
- Analisi della struttura dei costi dell'azienda
- Costi di acquisto e risultati aziendali
- L'analisi economica degli acquisti
- Evoluzione e trend dei consumi aziendali

Il controllo delle prestazioni degli acquisti
- Il dashboard degli acquisti
- Le prestazioni di mercato (prezzi), di efficienza (costi), di qualità, di servizio

Assetto organizzativo della funzione acquisti
- Centralizzazione/decentramento
- Posizione organizzativa e strutture organizzative della funzione acquisti
- Le figure professionali degli acquisti: commodity manager
- Il budget dei costi della funzione acquisti
- L'outsourcing degli acquisti

OBIETTIVI

Le trasformazioni nei modelli di business seguiti dalle aziende (sempre più orientate alla creazione di valore per i clienti e alla riduzione dei costi) stanno profondamente modificando le competenze richieste alle diverse funzioni aziendali. La Funzione Acquisti è tra quelle maggiormente coinvolte in tali innovazioni che hanno innescato una profonda trasformazione della propria missione, del proprio ruolo nonché delle proprie competenze. Il seminario si propone d'inquadrare il ruolo strategico della funzione acquisti in azienda, di sviluppare le competenze di management degli acquisti e di fornire gli strumenti operativi a supporto della gestione degli acquisti.

3 GIORNI

ISCRIZIONI

SINGOLA € 1.825 (+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