

Corso - 05/10/2022

Gestire gli aumenti di prezzo: il pronto soccorso per salvaguardare l'azienda

Un metodo per tamponare la situazione e salvaguardare i profitti a seguito degli aumenti di prezzo e dei problemi logistici e di fornitura,

Obiettivi

Problemi logistici e di forniture, ripresa della domanda dopo la pandemia e questioni geopolitiche hanno portato ad aumenti di prezzo in molti settori. E' una situazione mai vista: materie prime che non si trovano o approvvigionabili a costi altissimi, margini in calo, necessità di rivedere i contratti, fatica nel trasferire ai clienti gli inevitabili ritocchi, a più riprese, ai listini; il tutto amplificato da condizioni emotive emergenziali. Una sorta di "tempesta perfetta" in cui è cruciale avere un metodo per tamponare la situazione e salvaguardare i profitti, persino la sopravvivenza stessa dell'azienda.

Se prevedere la durata del momento inflattivo è compito degli analisti, con questo percorso formativo le docenti (specialiste in Acquisti/Procurement e Pricing/Vendite) supportano i manager nel gestire la situazione, iniziando o mettendo a punto processi forse finora rimandati, perché anche in emergenza si può fare qualcosa.

Il percorso formativo ha taglio PRATICO secondo la metafora del "triage" ospedaliero: un "Pronto Soccorso degli aumenti di prezzo", per agire su entrambi i fronti: a monte (lato fornitori) e a valle (lato clienti).

Codice rosso: cosa fare nell'immediato (nei prossimi 3-6 mesi)

Codice giallo: cosa fare nei prossimi 6-12 mesi

Codice verde: cosa fare nel giro di 1-3 anni

Per raggiungere i seguenti obiettivi:

rivedere i listini con metodi e criteri precisi;

supportare i venditori nella difficile, anche emotivamente, comunicazione degli aumenti;

sapere quali sono i clienti più o meno sensibili agli aumenti di prezzo;

eliminare prodotti (o clienti) in perdita;

aggiornare le competenze dei propri buyer, nella trattativa con i fornitori

individuare le priorità di items più a rischio,

classificare i fornitori secondo urgenza nel rinegoziare i contratti;

ridurre i costi fissi, proponendo soluzioni alternative,

analizzare i vincoli strategici;

valutare l'effettivo impatto degli aumenti delle varie componenti di costo variabile sul prodotto finito;

fare simulazioni previsionali: sugli aumenti di materie prime, energia e trasporti, di quanto incidono sulle vendite e/o i prezzi per compensare l'extra costo.

Per far ciò serve un approccio olistico, esteso su più aree: Commerciale, Procurement/Acquisti, Supply Chain, Logistica, Operations, Prodotto, Qualità. Per questo ci rivolgiamo idealmente all'imprenditore o al CEO, ma anche a tutti quei decisori che a vario titolo si trovano a gestire una situazione totalmente nuova.

E quando i prezzi torneranno infine a scendere, i manager avranno comunque appreso e applicato metodi nuovi che resteranno validi. Anche le tempeste portano risultati, a chi li sa cogliere.

Programma

Apertura/kickoff: 1 giornata in presenza - 8 ore

La gestione di molti fattori critici in cui operano le aziende dipende dal contesto esterno: delle terze parti, dalla concorrenza, dalla difficoltà a gestire flussi di pagamenti, dalla pianificazione dei piani di fornitura e finanziari, qualità dei propri prodotti e i prezzi di vendita. Cosa fare quando tutte le variabili si muovono congiuntamente? Quale approccio utilizzare? Come misurare gli impatti?

Gli aumenti dei listini di acquisto sono trasferibili ai clienti, nella loro totalità o in che altro modo?

Quali prodotti reggono un aumento di prezzo e quali no?

Il miglioramento delle performance, l'efficienza del processo d'acquisto e la riduzione dei costi, devono coniugarsi con il mantenimento di una relazione costruttiva con la filiera di fornitura, a valle e a monte.

Il corso propone metodi e strumenti adatti a tutti i settori di attività, con l'obiettivo di trasmettere le competenze indispensabili per gestire al meglio le criticità sulle marginalità.
(costi accessori, costi diretti, costi fissi e variabili, sostituzione prodotto, gestione anticipi, buffer)

Codice Rosso: Dallanoce - online - 4 ore

Reagire all'emergenza, individuando le priorità fra scelta del fornitore, le criticità dell'Item, la gestione delle scorte. Tre tattiche da combinare e da proporre al fornitore per assicurare la continuità operativa. A quale costo? Quale impatto in area commerciale? Cosa non fare subito?

Quale metodo applicare per valutare gli impatti sulla redditività aziendale?

(Key Driver: costi accessori, costi diretti, costi fissi e variabili, sostituzione prodotto, gestione anticipi, buffer)

Codice Rosso: Mariani - online - 4 ore

Come prima attività, fare una simulazione per valutare l'entità delle manovre virtuose da eseguire (aumento quantità o aumento prezzi, o entrambe le cose) al fine di compensare le perdite di margine subite a causa dell'aumento dei costi.

Quindi, individuare gli ambiti immediati di manovra: prodotti da muovere e da lasciare fermi, criteri pratici di gestione degli aumenti (per scaglione, per valore assoluto, per fascia), ecc.

Bundle/unbundle: sperimentare diverse modalità di strutturazione del prezzo per ottenere un aumento di fatto, limitando la percezione negativa del cliente. Allenare e supportare i venditori alla trattativa di aumento.

Codice Giallo: Dallanoce - online - 4 ore

Prevenire e pianificare soluzioni alternative phase-in e phase-out e l'utilizzo di RFI, FRP, RFQ, costruire engagement e budget dedicato con gli stakeholder. Allargare il perimetro operativo intervenendo sulle soluzioni tecniche o di make or buy. Lavorare sull'incertezza con il play book.

(TCO, Make or Buy, Buy or Lease, Pay per Use)

Codice Giallo: Mariani - online - 4 ore

Segmentare la clientela in base alla sensibilità al prezzo e applicare aumenti diversificati. Rivedere le condizioni commerciali effettivamente applicate per recuperare preziosi punti di marginalità. Supportare i venditori nel riconoscere, rilevare e riportare in azienda informazioni sul comportamento dei competitor per quanto riguarda le manovre sui prezzi. Fare il checkup del prodotto per verificare insieme ai responsabili di prodotto l'effettivo valore che il cliente attribuisce alle varie componenti di costo.

Codice Verde: Dallanoce - online - 4 ore

Preparare il ritorno alla normalità, con un radar attivo nel mercato di fornitura, tattiche dell'area acquisti che integrano la sostenibilità economica, sociale, ambientale valutando l'impatto in termini economici e di business. Rivedere le scelte di prodotto e di fornitura pianificandole con gli stakeholder.

(source, make, plan, sales, new product, new supplier)

Codice Verde: Mariani - online - 4 ore

Conoscere e tracciare le marginalità dei diversi prodotti, per mettere a punto e, se il caso, rivalutare l'offerta complessiva. Riprogettare il sistema incentivante dei venditori con il fine di premiare i comportamenti virtuosi per quanto riguarda prezzi e margini. Individuare nuovi ruoli (funzioni, comitati, ecc.) con il compito di presidiare la marginalità e i sistemi di pricing. Ripensare il business model e le catene distributive.

Project work - Giornata conclusiva -in presenza - 8 ore

Il Project Work è una strategia, un metodo formativo che vuole favorire l'apprendimento e l'approfondimento pratico delle nozioni teoriche. Attraverso una modalità mista pratica individuale e di gruppo i partecipanti applicheranno le tecniche apprese a fronte di problematiche operative e di relazione con clienti e fornitori volte al recupero della marginalità aziendale e della continuità di business.

Il Project work da il "via" simbolico alla fase di trasferimento dei contenuti appresi alla propria realtà.

NB: Le docenti si avvalgono dello spazio online Slack, per condividere i materiali di studio e le esercitazioni che saranno assegnate tra una sessione e l'altra. Lo spazio online ha anche la funzione di contenitore per la Community, dove i partecipanti possono interagire.

E' necessario quindi crearsi un account gratuito Slack; il partecipante riceverà poi il link per accedere allo spazio.

Durata

40 ore

Quota di adesione:

2.600,00 € + IVA a persona per le aziende associate

3.000,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

05/10/2022 09.00-17.00 - Modena

10/10/2022 14.00-18.00 - ONLINE

12/10/2022 14.00-18.00 - ONLINE

17/10/2022 14.00-18.00 - ONLINE

19/10/2022 14.00-18.00 - ONLINE

27/10/2022 14.00-18.00 - ONLINE

08/11/2022 14.00-18.00 - ONLINE

17/11/2022 09.00-17.00 - Modena



è un marchio di S.A.L.A. Srl a Socio Unico - Via Fossa Buracchione 84 - 41126 Modena(MO) - Tel: 059 512 108