

Corso - 07/02/2023

Come trovare, selezionare, valutare e mantenere i fornitori più affidabili

Il piano di marketing d'acquisto si articola in fasi ben precise, come logica evoluzione della precedente analisi del fabbisogno aziendale e del processo d'acquisto interno. Pertanto, la definizione di un piano strategico, supportato da un piano operativo di marketing, accompagneranno verso l'obiettivo di selezionare, qualificare e valutare i migliori fornitori per la propria azienda.

Obiettivi

- Conoscere il mercato di riferimento ed impostare una pianificazione coerente;
- Valutare gli strumenti più efficaci per la ricerca dei fornitori;
- Analizzare le strategie di selezione dei fornitori;
- Individuare, definire e razionalizzare le informazioni per la creazione di una efficiente scheda fornitori;
- Incrementare l'efficacia delle proprie fonti di approvvigionamento;
- Costituire un efficiente portafoglio fornitori;

Programma

Il Marketing d'Acquisto strategico:

- Report
- definizione del business plan e impostazione del piano d'azione: tecniche di costruzione di un piano d'azione strategico (2-4 anni) ed operativo (1 anno)
- tecniche di identificazione degli obiettivi di medio e lungo periodo della funzione acquisti
- studio e segmentazione del mercato, dell'ambiente, dei prodotti, dei fornitori e della concorrenza
- analisi della situazione iniziale

Il Marketing d'Acquisto operativo: creazione ed implementazione degli strumenti di micro-marketing d'acquisto - attivazione del piano:

- Casi ed esempi pratici di progettazione e gestione dei sistemi di valutazione dei fornitori
- Le strategie di partnership con i fornitori.
- Le strategie di miglioramento delle politiche di acquisto e gestione dei fornitori
- La progettazione delle schede di valutazione dei fornitori
- La gestione dei fornitori attraverso i sistemi di valutazione delle performance ottenute
- La progettazione, implementazione ed avvio di un sistema di valutazione dei fornitori
- La qualificazione e la certificazione dei fornitori: strumenti e metodologie
- Criteri di valutazione e scelta del fornitore.
- La ricerca dei fornitori affidabili: criteri e metodologie
- Il portafoglio acquisti: caratteristiche e strumenti di gestione

Destinatari

Imprenditori, Responsabili Acquisti e Buyer, Responsabili della Logistica e Magazzino, Responsabili sistemi informativi, Controller, Responsabili della Produzione

Durata

8 ore

Quota di adesione:

500,00 € + IVA a persona per le aziende associate

600,00 € + IVA a persona per le aziende non associate

Date e Sedi di svolgimento

07/02/2023 09.00-13.00 - ONLINE

14/02/2023 09.00-13.00 - ONLINE



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