



A25 - DEFINIRE IL PIANO STRATEGICO DEGLI ACQUISTI

Come costruire una roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 giugno 2026 | 15 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La consapevolezza dei punti di forza e debolezza della Funzione Acquisti in relazione agli obiettivi strategici aziendali è la prima condizione per valutare le opportunità di miglioramento.

Lo sviluppo di un piano strategico degli acquisti e l'implementazione di azioni per ogni famiglia merceologica attraverso i category plan: sono queste le condizioni necessarie per ottenere una riduzione dei costi totali d'acquisto nel breve, medio e lungo periodo.

Perché un progetto di miglioramento conduca ai risultati sperati, è necessario poter contare su di un'organizzazione efficace, su adeguati strumenti di supporto al processo d'acquisto e su persone competenti e motivate che garantiscano l'implementazione delle azioni previste.

Il corso ha un taglio applicativo con l'obiettivo che ogni partecipante apprenda praticamente come impostare, costruire un Piano Strategico degli Acquisti e definire una roadmap di miglioramento delle performance.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager

APPRENDERETE A...

- Analizzare i punti di forza e debolezza della funzione acquisti
- Definire un Piano Strategico degli Acquisti con orizzonte triennale
- Implementare una Roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Strumenti applicativi per ogni fasi di analisi degli Acquisti
- Condivisione di casi applicativi
- Piani Strategici degli Acquisti realizzati

I PLUS:

- Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi pratici



A25 - DEFINIRE IL PIANO STRATEGICO DEGLI ACQUISTI

PROGRAMMA

Identificare le priorità strategiche degli Acquisti

- Integrare gli Acquisti alla strategia aziendale
- Quale coerenza tra Acquisti strategici e posizionamento organizzativo
- Definire le priorità strategiche degli Acquisti
 - Analisi dei Fattori Critici di successo e vantaggio competitivo degli acquisti
 - Obiettivi strategici ed indicatori di prestazione
- Il piano prodotto: i prodotti attuali. I Nuovi Prodotti, Volumi & Mix, Il ciclo di vita dei prodotti

Analisi della situazione attuale degli acquisti

- **Organizzazione:** organigramma, responsabilità, attività e processi
- **Risorse Umane:** dimensionamento, competenze, motivazione, percorso di crescita professionale
- **Strumenti e metodologie** per la gestione del processo d'acquisto
- **Categorie Merceologiche:** analisi e gestione delle singole Categorie Merceologiche:
 - Spend Analysis ed andamento dei prezzi e dei cost drivers
 - Analisi del mercato
 - Analisi del Valore Aggiunto degli Acquisti
 - Analisi dei Vincoli d'acquisto
 - Analisi Rischio/Profitto
 - Segmentazione dei fornitori
 - Analisi dei Rischi e delle Mono forniture
 - Analisi delle criticità d'acquisto

Definire la Roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto

- Definizione della strategia d'acquisto
- Definizioni degli obiettivi di miglioramento
- Definizioni delle azioni di miglioramento a breve medio e lungo periodo:
 - Politica di gestione degli Acquisti e di Gestione Fornitori
 - Modello di Governance e Policy Acquisti
 - Modello Organizzativo
 - Struttura e competenze delle persone
 - Sviluppo di strumenti e metodologie di miglioramento delle performance
 - Implementare i Category Plan per definire le strategie e le azioni di riduzione dei costi
- Le fasi della Roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto

La stesura dell'Action Plan annuale per ridurre i Costi Totali d'Acquisto

- Budget ed obiettivi di miglioramento
- Sviluppare un piano per Famiglia Merceologica
- Sviluppare obiettivi e piani d'azione
- Implementare la strategia
- Controllare i risultati

Governance degli Acquisti

- Controlling & reporting: come gestire e migliorare le performance d'acquisto
- Come valutare le performance degli acquisti
- La gestione del progetto di miglioramento negli Acquisti
 - Impostazione ed organizzazione del progetto
 - Definizione degli obiettivi e creazione dei team
 - Il controllo dei risultati ottenuti e il miglioramento continuo
 - La cartellonistica e il visual control negli Acquisti
 - Il coinvolgimento e la responsabilizzazione delle persone sui risultati del progetto
- Il Communication Plan per sviluppare il Marketing interno
- **Case Study:** case studies su Piani Strategici degli Acquisti realizzati