

ACQUISTI

FORMAZIONE A CATALOGO **2026**

SVILUPPIAMO LE COMPETENZE
MIGLIORIAMO LE PERFORMANCE



UN VALORE
CERTIFICATO



REALIZZARE UN PIANO STRATEGICO DEGLI ACQUISTI

GLI ACQUISTI GENERANO VANTAGGIO COMPETITIVO; REALIZZARE UN PIANO STRATEGICO DEGLI ACQUISTI CON UNA VISIONE A 3 ANNI MIGLIORA LA COMPETITIVITÀ DELL'AZIENDA NEL BREVE, MEDIO E LUNGO PERIODO.

GLI ASSI PRINCIPALI DA CONSIDERARE PER ORIENTARE GLI ACQUISTI IN MODO STRATEGICO ED OTTENERE UNA RIDUZIONE DEL COSTO TOTALE D'ACQUISTO PER CATEGORIE MERCEOLOGICHE SONO:

ORGANIZZAZIONE

Per gestire nel tempo la governance e la riduzione dei Costi Totali d'Acquisto (TCO)

COMPETENZE

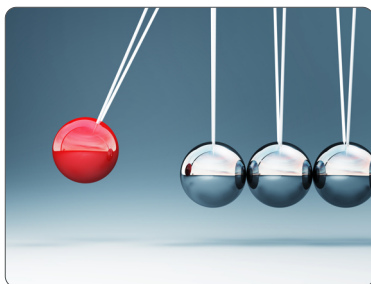
Per sviluppare e consolidare nuove SKILLS (Marketing d'Acquisto, price analysis, negoziazione, ...)

STRUMENTI

Implementare metodologie snelle ed efficaci per ridurre il Costo Totale d'Acquisto

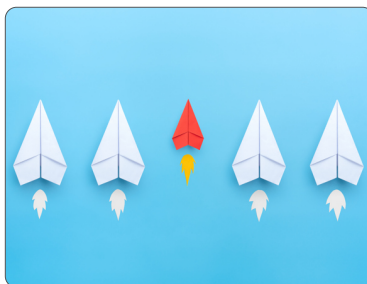
L'OFFERTA DEI NOSTRI SERVIZI PER RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO DELLE COMPETENZE E MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE D'ACQUISTO

FORMAZIONE A CATALOGO



Il Valore che offriamo: esperienza e professionalità dei nostri docenti, una **didattica innovativa**, programmi esaustivi e sempre aggiornati, esercitazioni applicative, i **casi aziendali**, la concretezza e lo stile coinvolgente, la **stesura di un piano di lavoro** da porre in atto al ritorno in azienda.

FORMAZIONE IN AZIENDA



Con la metodologia **LEARNING4ACTION** progettiamo un **percorso formativo orientato all'azione**. Un percorso formativo: personalizzato, innovativo, efficace, orientato ai risultati, che permette di **accremare le competenze, di essere affiancati nell'applicazione di Progetti Operativi** e di misurare i miglioramenti ottenuti.

CONSULENZA



La nostra attività di consulenza è caratterizzata da un **forte orientamento all'azione e al raggiungimento di obiettivi**, dalla concretezza nell'affrontare i **bisogni** e risolvere le **esigenze dell'azienda**, integrando le tecniche e le metodologie più innovative con le persone, i veri motori del cambiamento.



SCOPRI L'OFFERTA DEI NOSTRI CORSI

 VAI ALLA PAGINA DEL SITO



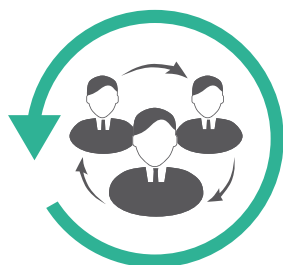
SCOPRI L'OFFERTA LEARNING4ACTION

 VAI ALLA PAGINA DEL SITO



SCOPRI L'OFFERTA DELLE NOSTRE ATTIVITÀ

 VAI ALLA PAGINA DEL SITO



FORMAZIONE A CATALOGO

VALEO 
SKILLS & PERFORMANCE

FORMAZIONE A CATALOGO: LE PERSONE AL CENTRO DELLO SVILUPPO AZIENDALE

Tutti i nostri Corsi a Catalogo verranno erogati sia in modalità presenziale che in modalità Virtual Classroom, con metodologie didattiche nuove e digitali per sviluppare le competenze con un unico obiettivo: migliorare le performance delle persone e dell'azienda.

UNA DIDATTICA INNOVATIVA, RIPROGETTATA PER MIGLIORARE L'EFFICACIA DI APPRENDIMENTO

Gli Elementi Distintivi e il Focus Didattico

- **Interazione e Confronto:** didattica riprogettata con esercitazioni e modalità di interazione tra i partecipanti e docente
- **Focus della Formazione:** orientamento all'azione e al raggiungimento di risultati
- **Percorso strutturato nel tempo** che garantisce continuità formativa e raggiungimento di risultati
- **Supporto del Trainer** una volta finita la sessione formativa

Inoltre per la modalità in Virtual Classroom

- **Digital Training Tools VALEOin** sviluppati per migliorare interazione tra i partecipanti ed effettuare esercitazioni di gruppo
- **Utilizzo della Piattaforma ZOOM** per la gestione dell'aula che garantisce un'esperienza formativa interattiva e coinvolgente

Tutti i corsi, anche quelli in modalità Virtual Classroom, sono Finanziabili attraverso i diversi fondi interprofessionali.

IL CATALOGO CORSI 2026

Il Catalogo Corsi: l'esperienza e la professionalità dei nostri docenti, la didattica innovativa, i programmi esaustivi e sempre aggiornati, i casi aziendali, lo stile concreto e coinvolgente:

 **164 corsi**
328 edizioni

ECCO IL VALORE CHE OFFRIAMO

Il valore della formazione del Catalogo Corsi:

- Docenti esperti con comprovata esperienza sul campo
- Attenzione alle specifiche esigenze del partecipante
- Concretezza: presentazione e discussione di casi aziendali
- Applicabilità immediata: stesura di un piano di lavoro da porre in atto al ritorno in azienda
- Documentazione di supporto all'attività lavorativa: materiale didattico completo di esercitazioni e casi di studio sviluppati

3100 PERSONE

**FORMATE NEGLI
ULTIMI 2 ANNI**

CON MASSIMA SODDISFAZIONE

Più del 90% dei partecipanti ha espresso una votazione di massima soddisfazione dei corsi a cui hanno partecipato

CONTINUITÀ DELLA FORMAZIONE A CATALOGO

FOLLOW UP IN AZIENDA DOPO IL CORSO A CATALOGO

Offriamo la possibilità, per chi partecipa ai nostri corsi a catalogo, di effettuare una giornata di Follow Up in azienda con una tariffa riservata.

L'obiettivo è trasferire il Know-How acquisito all'interno dell'azienda in **progetti operativi** che possano generare un **miglioramento**.

La giornata di Follow Up potrà coinvolgere oltre i partecipanti che hanno seguito il corso a catalogo anche persone in azienda che vogliono approfondire l'argomento partendo dalla stesura del Piano d'Azione Personale che verrà fatto alla fine di ogni corso a catalogo.

Le modalità operative del Follow Up proposto sono così articolate:

- **Discussione sul Piano d'Azione** Personale fatto alla fine delle giornate di formazione
- **Condivisione dei progetti** svolti dal partecipante a seguito del corso di formazione e **supporto nella messa a punto e loro implementazione**
- Approfondimenti sulle tematiche trattate durante le giornate di formazione

PERCORSI SPECIALISTICI:

SVOLGERE CON EFFICACIA E SPECIALIZZAZIONE IL PROPRIO RUOLO

I **percorsi specialistici** permettono di sviluppare tutte le competenze necessarie alla copertura del ruolo aziendale. **VALEOin** propone un percorso che integra le competenze fondamentali per la gestione del ruolo e il miglioramento delle performance.

I **percorsi specialistici prevedono**, oltre alla partecipazione a più corsi a catalogo, anche dei **momenti di affiancamento in azienda** con l'obiettivo di "tradurre" con efficacia nel contesto lavorativo quanto appreso in aula.

I percorsi specialistici per i Ruoli nelle varie Funzioni Aziendali:



SVILUPPO PRODOTTO

- PROGETTISTA
- COST ENGINEER
- RESPONSABILE PROGETTAZIONE
- DIRETTORE TECNICO



ACQUISTI

- APROVVIGIONATORE
- JUNIOR & SENIOR BUYER
- CATEGORY BUYER
- RESPONSABILE-DIRETTORE ACQUISTI



PRODUZIONE

- CAPO INTERMEDIO
- RESPONSABILE PRODUZIONE
- DIRETTORE STABILIMENTO
- ANALISTA TEMPI E METODI
- INDUSTRIAL ENGINEER
- INGEGNERI DI MANUTENZIONE
- RESPONSABILE MANUTENZIONE
- QUALITY SUPPLY ENGINEERS
- RESPONSABILE QUALITÀ
- PLANNER
- MATERIAL MANAGER



LOGISTICA

- RESPONSABILE MAGAZZINO
- RESPONSABILE TRASPORTI
- DIRETTORE E RESPONSABILE LOGISTICA
- SUPPLY CHAIN MANAGER



PROJECT MANAGEMENT

- TEAM LEADER
- CAPI PROGETTO
- PROJECT & PROGRAM MANAGER



SALES

- VENDITORE
- AREA MANAGER
- TECNICI COMMERCIALI
- RESPONSABILI COMMERCIALI
- RESPONSABILE CUSTOMER SERVICE



SOSTENIBILITÀ

- RESPONSABILI QUALITÀ E COMPLIANCE
- RESPONSABILI MARKETING E COMUNICAZIONE
- RESPOSABILI CSR/SOSTENIBILITÀ

PER MAGGIORI INFORMAZIONI: carlo.strano@valeoin.com - 02.21118134

INVESTI IN FORMAZIONE, RISPARMIANDO.

SCEGLI LA SOLUZIONE TARIFFARIA ADATTA ALLE TUE ESIGENZE

Se la tua esigenza è di formare un singolo individuo, un team o un numero elevato di persone, offriamo soluzioni per accedere ai nostri corsi in maniera snella ed economica.

Una tariffa in funzione del numero di partecipanti su base annuale

Tariffe Corsi a Catalogo 2026

Durata Corso	Quota Singola	Quota Multipla	Quota Azienda in10
1 giorno	525 €	475 €	425 €
2 giorni	985 €	885 €	825 €

* Quota Multipla: più iscrizioni allo stesso corso

* Quota Azienda: minimo 10 iscrizioni a qualsiasi corso a Catalogo

ISCRIZIONE **EARLY BIRD**

L'iscrizione fatta entro due mesi dalla data del corso prevede per la **Quota Singola** uno sconto di 25€ per i corsi di 1 giorno e di 50€ per i corsi di 2 giorni, per la **Quota Multipla** lo sconto è di 15€ per i corsi di 1 giorno e di 25€ per i corsi di 2 giorni.

ISCRIZIONE AZIENDA **in10**

Investi nel capitale umano della tua azienda. Con sole 10 iscrizioni annuali (su tutti i corsi a catalogo) approfitti delle quote scontate IN10.

TUTTI I CORSI DI **VALEOin** possono essere finanziati attraverso i Fondi Interprofessionali e il Fondo Sociale Europeo.

TUTTI I CORSI IN MODALITÀ PRESENZIALE E VIRTUAL CLASSROOM sono finanziabili con i Fondi Paritetici Interprofessionali.

È possibile utilizzare differenti strumenti di finanziamento in funzione della propria esigenza:

- Conto Formazione
- Conto Formazione di Rete
- Avviso
- Voucher

Offriamo la possibilità di finanziare la vostra formazione, scegliendo tra oltre **164** corsi a catalogo o di effettuare formazione personalizzata in azienda, utilizzando la nostra metodologia **LEARNING4ACTION**

PER MAGGIORI INFORMAZIONI: info@valeoin.com

LE MODALITÀ DI FINANZIAMENTO DELLA FORMAZIONE

VALEOin offre **consulenza** per il finanziamento della formazione aziendale, supportando le imprese in tutte le fasi di un piano finanziato attraverso i **Fondi Paritetici Interprofessionali Nazionali** per la formazione continua o il **Fondo Sociale Europeo** che finanzia alcuni strumenti per la formazione, come il **Fondo Nuove Competenze**.

Cosa sono i Fondi Paritetici Interprofessionali Nazionali per la formazione continua?

I fondi interprofessionali sono strumenti di finanziamento dedicati alla formazione continua dei lavoratori, istituiti per promuovere e sostenere lo sviluppo delle competenze professionali all'interno delle aziende. Sono gestiti da associazioni di categoria e organizzazioni sindacali e permettono alle imprese di accedere a risorse economiche per investire nella formazione dei propri dipendenti.

Secondo quanto previsto dalla **Legge 388 del 2000**, le imprese possono destinare la quota dello 0,30% dei contributi versati all'INPS del monte salario di ogni singolo dipendente ad uno dei Fondi Paritetici Interprofessionali.

Tra i principali fondi troviamo:

- **Fondimpresa:** Fondo di formazione continua di Confindustria, Cgil, Cisl e Uil.
- **Fondirigenti:** Finanziamento per la formazione continua dei dirigenti.
- **Fondoprofessioni:** Formazione continua per studi professionali.
- **Fondir:** Formazione continua per dirigenti riconosciuta dal Ministero del Lavoro.
- **For.Te.:** Formazione continua per aziende del settore terziario.
- **FonARCom:** Finanziamento per la formazione continua di lavoratori e dirigenti.

Cos'è il Fondo Nuove Competenze?

È un fondo pubblico cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo, nato per contrastare gli effetti economici dell'epidemia Covid-19. Questo fondo permette alle imprese di adeguare le competenze dei lavoratori, destinando parte dell'orario alla formazione. Il Fondo Nuove Competenze rimborsa il costo delle ore di lavoro dedicate alla frequenza di percorsi formativi.

Gli strumenti più efficaci per finanziare la formazione

Conto Formazione:

Attraverso le risorse finanziarie maturate con i versamenti al fondo interprofessionale, l'impresa attiva un proprio «conto» da cui attingere per finanziare Piani Formativi sia aziendali che individuali (voucher) con procedure semplificate in qualsiasi momento dell'anno.

Voucher:

Strumento dedicato ai dipendenti che hanno esigenze specifiche, non realizzabili attraverso percorsi di gruppo. Il Voucher è uno strumento formativo calibrato sul singolo lavoratore, attraverso azioni di formazione a catalogo, Formazione a Distanza e Autoformazione.

LE ATTIVITÀ DI SUPPORTO VALEOin PER LA FORMAZIONE FINANZIATA

- **Monitoraggio Opportunità:** siamo sempre aggiornati sulle opportunità offerte dai vari Fondi Interprofessionali e dal Fondo Sociale Europeo
- **Consulenza Specializzata:** Offriamo assistenza sui meccanismi di funzionamento degli strumenti di finanziamento, supporto per l'adesione o variazione del Fondo e informazioni sulla portabilità delle risorse
- **Analisi e Progettazione:** Dall'analisi dei fabbisogni aziendali alla creazione di progetti finanziati su misura
- **Gestione Relazioni:** Coordinamento con le Parti Sociali per condividere il piano formativo
- **Rendicontazione:** Presentazione e gestione dei progetti nelle piattaforme dei Fondi Interprofessionali e del Fondo Sociale Europeo
- **Coordinamento Didattico:** Supporto durante l'erogazione delle attività formative

PER MAGGIORI INFORMAZIONI: info@valeoin.com

SPECIALE FORMAZIONE OBBLIGATORIA PER IL SETTORE METALMECCANICO

Il Contratto **CCNL Metalmeccanico** rinnovato a febbraio 2021 ha regolato il **diritto alla formazione continua dei lavoratori**, prevedendo che le aziende del settore individuino e programmino **percorsi formativi** di almeno **24 ore** di durata, da erogarsi nel triennio 2024-2027.

Ad essere interessati sono tutti i **dipendenti** a tempo indeterminato, full time e part time e tutti i lavoratori con contratto a tempo determinato attivo nel primo biennio, prorogato nel terzo anno.

Le tematiche di formazione obbligatoria ex D-Lgs. 81/08 e relativi aggiornamenti non sono incluse nel computo delle 24 ore.

Trattandosi di un adempimento contrattuale, è consigliabile l'adozione di un sistema di "tracciabilità" della formazione erogata nel triennio, che ne **registri** tutte le iniziative.

Le attività formative potranno essere finanziate dai Fondi **Interprofessionali**.

Il lavoratore che entro il secondo anno del ciclo triennale non sia stato coinvolto in iniziative di formazione continua potrà attivarsi per esercitarne il diritto. In tal caso le ore previste dall'iniziativa formativa prescelta saranno per 2/3 a carico aziendale e per 1/3 a carico del lavoratore.

LEARNING4ACTION

La nostra proposta prevede la possibilità di:

- Scegliere tra i nostri  **164 Corsi a Catalogo**
- Effettuare una formazione in azienda specifica sulle esigenze formative, utilizzando la nostra Metodologia **LEARNING4ACTION**
- Progettare sulle esigenze dell'azienda un percorso formativo di miglioramento continuo, con la nostra metodologia **LEARNING4ACTION** rivolto al personale di produzione con due modalità:
 - Formando i formatori interni al progetto di sviluppo delle competenze
 - Formando il Team ed affiancando il Team nell'implementazione e verifica dei risultati del progetto

Alcuni esempi di progetti di **LEARNING4ACTION**: ridurre i tempi di set up con la tecnica SMED, migliorare l'efficienza globale d'impianto (OEE), ridurre gli scarti e rilavorazioni in produzione, applicare l'FMECA su un prodotto o processo.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI: carlo.strano@valeoin.com - 02.21118134

RESTA INFORMATO ED AGGIORNATI CON LE NEWSLETTER VALEOin SULLE OPERATIONS

LO SVILUPPO DI COMPETENZE È UN PROCESSO DI APPRENDIMENTO CONTINUO CHE INTEGRA AI PERCORSI FORMATIVI A CATALOGO O IN AZIENDA CHE REALIZZIAMO, UN AGGIORNAMENTO CONTINUO BASATO SULLA CONDIVISIONE DI SPUNTI, IDEE E RIFLESSIONI SPECIFICI SU TEMATICHE DI INTERESSE.

VALEOin ha progettato una modalità di aggiornamento e sviluppo delle competenze focalizzato sulla condivisione di articoli, ricerche, novità, white paper, infografiche, eventi, webinar ed approfondimenti tematici suddivisi per Area. Iscrivendoti alla nostra newsletter, otterrai nuovi suggerimenti per sviluppare le tue competenze e migliorare le performance della tua azienda.

Cosa riceverai iscrivendoti alla newsletter:



ARTICOLI CON NOVITÀ ED APPROFONDIMENTI

Gli articoli IN-SIGHTS forniscono approfondimenti e novità su tematiche legate al miglioramento delle performance, allo sviluppo delle competenze e allo sviluppo organizzativo.

Gli articoli sono focalizzati sulle aree: Sviluppo Prodotto, Acquisti, Produzione, Qualità, Manutenzione, Logistica, Cost Management, Organizzazione e Project Management, Commerciale e Sviluppo Manageriale.



INFOGRAFICHE CON UNA SINTESI PER AGIRE

Le infografiche IN-DEEP forniscono una sintesi operativa delle fasi ed attività prioritarie per attivare azioni di miglioramento delle performance di sviluppo delle competenze.

Le infografiche sono focalizzate sulle aree: Sviluppo Prodotto, Acquisti, Produzione, Qualità, Manutenzione, Logistica, Cost Management, Organizzazione e Project Management, Commerciale e Sviluppo Manageriale.



IDEE PER MIGLIORARE LE PERFORMANCE

Gli articoli IN-ACTION forniscono strumenti, metodologie e modalità di implementazione di progetti per migliorare le performance dell'azienda.

Gli articoli sono focalizzati sulle aree: Sviluppo Prodotto, Acquisti, Produzione, Qualità, Manutenzione, Logistica, Cost Management, Organizzazione e Project Management, Commerciale e Sviluppo Manageriale.

ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER: <https://valeoin.com/newsletter/>

UN VALORE CERTIFICATO

LA NOSTRA POLITICA PER LA QUALITÀ DEI SERVIZI EROGATI

PER FORNIRE AI CLIENTI
SERVIZI CONFORMI AI
REQUISITI RICHIESTI, PER
GARANTIRE LA MASSIMA
QUALITÀ DEI SERVIZI EROGATI
E LA SODDISFAZIONE DEI
NOSTRI CLIENTI, VALEOin SI È
CERTIFICATA PER LE ATTIVITÀ
DI FORMAZIONE E
CONSULENZA SECONDO LA
NORMA UNI EN ISO 9001.

CERTIFICATO N. 43247/22/S
CERTIFICATE No.

SI CERTIFICA CHE IL SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ DI
IT IS HEREBY CERTIFIED THAT THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM OF

VALEOin S.R.L.

VIA VINCENZO MONTI, 16 20123 MILANO (MI) ITALIA
NELLE SEGUENTI UNITÀ OPERATIVE / IN THE FOLLOWING OPERATIONAL UNITS

VIA VINCENZO MONTI, 16 20123 Milano (MI) ITALIA

È CONFORME ALLA NORMA / IS IN COMPLIANCE WITH THE STANDARD
ISO 9001:2015

PER I SEGUENTI CAMPI DI ATTIVITÀ / FOR THE FOLLOWING FIELD(S) OF ACTIVITIES

PROGETTAZIONE ED EROGAZIONE DI SERVIZI DI FORMAZIONE E DI CONSULENZA IN AMBITO ORGANIZZATIVO E
MANAGERIALE

Per informazioni sulla validità
del certificato, visitare il sito
www.rina.org
For information concerning
validity of the certificate, you
can visit the site
www.rina.org

Per i requisiti della norma non
applicabili al campo di applicazione
del sistema di gestione
dell'organizzazione, riferirsi alle
informazioni documentate relative.

Reference is to be made to the
relevant documented information
for the requirements of the
standard that cannot be applied to
the Organization's management
system scope

DESIGN AND PROVISION OF TRAINING AND CONSULTING SERVICES IN THE ORGANIZATIONAL AND MANAGERIAL FIELD

La validità del presente certificato è subordinata a sorveglianza periodica annuale / semestrale ed al riesame completo del sistema di gestione con periodicità triennale
The validity of this certificate is dependent on an annual / six monthly audit and on a complete review, every three years, of the management system
L'uso e la validità del presente certificato sono soggetti al rispetto del documento RINA: Regolamento per la Certificazione di Sistemi di Gestione per la Qualità
The use and validity of this certificate are subject to compliance with the RINA document: Rules for the certification of Quality Management Systems

Member of CISQ Federation



CERTIFIED MANAGEMENT SYSTEM
ISO 9001



SGQ N° 002 A

Member degli Accordi di Mutuo
Riconoscimento EA, IAF e ILAC
Signatory of EA, IAF and ILAC
Mutual Recognition Agreements

Jacopo Ferrando
Genoa & Milan Management
System Certification, Head

RINA Services S.p.A.
Via Corsica 12 - 16128 Genova Italy



CISQ è la Federazione Italiana di Organismi di
Certificazione dei sistemi di gestione aziendale
CISQ is the Italian Federation of
management system Certification Bodies

I nostri **PRINCIPI** per raggiungere gli **obiettivi** di qualità nella progettazione, erogazione delle attività e **soddisfazione** dei clienti sono:

- Impegno costante in ogni fase del processo aziendale con il costante coinvolgimento di tutti i collaboratori;
- Fornire ai clienti servizi conformi ai requisiti richiesti anticipando le dinamiche di mercato;
- Monitorare in modo puntuale le attività svolte dalle persone **VALEOin**;
- Garantire e monitorare la soddisfazione dei clienti;
- Improntare il rapporto con i Clienti sulla massima collaborazione possibile;
- Migliorare continuamente: impegnarsi nello sviluppo del Sistema Qualità, attraverso obiettivi di miglioramento misurabili;
- Assicurare il continuo sviluppo delle competenze dei propri collaboratori seguendo le novità ed esigenze del mercato

La diffusione e l'applicazione di questi principi in tutta l'azienda sono assicurate dall'impegno costante della direzione.

CALENDARIO DEI CORSI A CATALOGO



ACQUISTI

28 CORSI



Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
ACQUISTI														
A1	Direttore Acquisti	2	2					11-12					9-10	
A25	Definire il Piano Strategico degli Acquisti	1	2						16					15
A26	La Costruzione del Budget degli Acquisti	1	2			25					25			
A15	Marketing d'Acquisto ed Acquisti Internazionali	2	2				9-10					21-22		
A27	Nearshoring e Gestione del Rischio di Fornitura	1	2		24				25					
A10	Category Management	1	2					27					26	
A11	Misurare le Performance d'Acquisto	1	2					28					17	
A12	Le Metodologie per le Azioni di Technical Saving	2	2			23-24							5-6	
A2	Formazione Pratica Compratori	2	2					6-7				1-2		
A16	Formazione Pratica Material Planner	2	2			11-12					15-16			
A23	La definizione ed implementazione di un Piano Bonus sui Fornitori	1	2				13							3
A3	Negoziare con Profitto	2	2			26-27						7-8		
A8	Tecniche Avanzate di Negoziazione con i Fornitori	2	2					20-21					24-25	
A17	La Negoziazione Internazionale	1	2						11					18
A18	Tecniche di Negoziazione in presenza, telefonica, in videoconferenza e per mail	1	2			31					24			
A13	La Valutazione Tecnico Economica dei Fornitori	2	2						9-10				18-19	
A4	Supplier Relationship Management	2	2		18-19						3-4			
A24	Supplier Risk Management	1	2				2					30		
A22	Acquisti Etici e Sostenibili	2	2			16-17					28-29			
A5	Aspetti Contrattuali degli Acquisti	2	2					25-26					16-17	
A14	Contrattualistica Internazionale	1	2				17							2
A6	L'Acquisto di Materiali Indiretti e Servizi	2	2				14-15						11-12	
A21	La Should Cost Analysis per definire i Target Price Negoziati	2	2						18-19		21-22			
A7	Acquistare le Lavorazioni Meccaniche a Prezzo Target	2	2				20-21					19-20		
A9	Acquistare Stampaggi Plastica a Prezzo Target	1	2							3				1
A19	Aspetti Economico-Finanziari per gli Acquisti	2	2			5-6						15-16		
A20	L'uso di Excel per la Gestione e Miglioramento degli Acquisti	2	2						29-30					17-18
A28	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività d'acquisto	1	2						30				10	



VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO



ACQUISTI



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Il corso ha soddisfatto le nostre aspettative e si è rivelato importante per la nostra crescita professionale. È stato innovativo anche per alcuni aspetti e analisi proposte."

Chiara Gandolfo

Junior Buyer GIONA HOLDING SRL

"Ottimo corso, docente molto preparato e disponibile a valutare insieme casi precisi della propria realtà lavorativa; Catalogo e corsi molto interessanti, anche innovativi."

Stefania Amato

Purchasing Supervisor G.D. SPA

"Contenuti in linea con le aspettative, ottimo poter interagire con il docente e portare in analisi alcuni casi concreti aziendali. Talmente ampia la materia che forse sarebbe stata necessaria una durata più lunga!"

Valeria Di Lalla

Corporate Marketing Purchasing Manager MAPEI SPA

"Corso molto interessante che aiuta a sviluppare delle strategie di acquisto e ad analizzare le categorie merceologiche con il fine di migliorare gli acquisti."

Giuseppe Merenda

Category Manager A&T EUROPE SPA

"Grazie per aver reso stimolante un corso/argomento che rispecchia la mia quotidianità."

Erika Brignani

Ufficio Acquisti COBO SPA

"Corso esaustivo ricco di esempi pratici e reali. Ha trasmesso il feedback che quanto visto e sentito sia realmente e dovutamente applicabile al rientro in azienda."

Daniele Manfredini

Purchasing Manager ESSECO SRL

"Corso formativo utile e molto interessante che fornisce vari strumenti da poter replicare nel proprio lavoro. Importante la formazione in presenza."

Ilaria Galeazzi

Site Buyer Indirects SYNTHOMER SRL

"Il corso è stato molto utile e mi ha fornito ottimi spunti per migliorare la gestione del processo d'acquisto e riuscire ad organizzare al meglio il mio tempo."

Giuliana Calcagni

Procurement Assistant ENARTIS SRL

"Ritengo che questo corso sia di fondamentale importanza per chi si occupa di procurement/acquisti."

Sandro Dolcini

Supply Chain Director SAVIO INDUSTRIAL SRL



A1 - DIRETTORE ACQUISTI

Strategie e tattiche per la riduzione del Costo Totale d'Acquisto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

11 - 12 maggio 2026 | 9 - 10 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La figura del Direttore Acquisti è determinante sia per la gestione della maggiore quota dei costi totali dell'azienda sia per l'importanza strategica e il vantaggio competitivo che può generare. Gli obiettivi e le responsabilità sono molteplici:

- garantire la sicurezza contrattuale e d'approvvigionamento
- garantire e migliorare la qualità dei prodotti/servizi acquistati
- ridurre i costi totali d'acquisto ed attivare il miglioramento costante delle prestazioni dei fornitori
- garantire la "Internal Customer Satisfaction"

Questo corso sviluppa le competenze per garantire all'azienda i target sulle responsabilità assegnate, attraverso un approccio concreto basato sull'applicazione di tecniche e metodologie che permettono di sviluppare tutte le azioni di miglioramento delle Performance d'Acquisto.

La possibilità di sperimentare in aula esercizi, casi aziendali e applicazioni di strumenti permette di consolidare l'apprendimento della teoria illustrata; la stesura del Piano d'Azione personale consente al partecipante di definire le azioni di miglioramento da implementare al rientro in azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti e Commodity Manager

APPRENDERETE A...

- Sviluppare le competenze dei buyer
- Creare un Piano Strategico ed Operativo degli Acquisti per ridurre il TCO
- Definire le strategie negoziali
- Utilizzare strategie per la gestione dei Team Interfunzionali d'acquisto e del Cliente interno
- Valutare il mercato, le offerte e determinare il target price negoziale
- Utilizzare tecniche di Scomposizione Costi e definizione TCO
- Analizzare e valutare le performance del fornitore
- identificare i KPI e sviluppare il Reporting d'Acquisto
- Sviluppare la Purchasing Leadership all'interno dell'azienda

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Costruzione di un piano strategico ed operativo degli acquisti
- Riorganizzazione della Direzione Acquisti
- Marketing d'acquisto e strategic sourcing
- Riduzione del costo totale d'acquisto con il Category Plan

I PLUS:

- Realizzazione del Piano Strategico ed operativo degli Acquisti per la propria azienda



A1 - DIRETTORE ACQUISTI

PROGRAMMA

ORGANIZZARE LA DIREZIONE ACQUISTI

La funzione acquisti come centro di profitto

- Gli acquisti come leva strategica
- Acquistare Valore dal Mercato dei Fornitori
- La gestione del Costo Totale d'Acquisto (TCO)
- Definizione di Acquisti ed Approvvigionamenti
- Definizione dei ruoli e responsabilità
- Nuovi skill professionali richiesti
- Ruolo dei team interfunzionali d'Acquisto e loro gestione
- Focalizzarsi sulle attività a valore aggiunto e ridurre gli sprechi nel processo d'acquisto
- Organizzare meglio le attività e gestire le loro priorità

Organizzazione

- Modelli di strutture organizzative e valutazione delle alternative
- Profili professionali e principali responsabilità
- Il Cooperative Purchasing: un modello d'acquisto in team

Il Piano strategico degli Acquisti

- Acquisti e Strategia Aziendale
- La strategia degli Acquisti: il Piano Strategico degli Acquisti
- Il Piano strategico ed operativo per le Famiglie Merceologiche: il Category Plan

Controlling & reporting

- Definizione target e misura performance
- Stesura del piano di revisione del budget
- Stabilire un MBO
- Reporting KPI performance d'acquisto

Il processo d'acquisto

- I principali processi con riferimento alle Categorie Merceologiche: Marketing d'acquisto, selezione e valutazione fornitori e offerte, price analysis, negoziazione, contratti

DEFINIRE LE STRATEGIE D'ACQUISTO

Acquistare Valore dal Mercato dei Fornitori

Il piano strategico ed operativo per le Famiglie Merceologiche: il Category Plan

- Acquisti e Strategia Aziendale
- La strategia degli Acquisti: il Piano Strategico degli Acquisti
- Il Piano strategico ed operativo per le Famiglie Merceologiche: il Category Plan

Le fasi del processo d'acquisto e gli strumenti necessari, per le differenti famiglie d'acquisto, per migliorare le performance d'acquisto

- Marketing d'acquisto e strategic sourcing
- Selezione, valutazione ed omologazione dei fornitori (anche in ottica di Risk Management)

- Gestione del processo di lancio e valutazione dell'offerta
- Price analysis e gestione dell'approccio a Costo Totale d'Acquisto (TCO)
- Negoziazione e trattativa d'acquisto
- Gestione dei contratti
- Valutazione delle performance dei fornitori

Strategic sourcing

- Stesura piano d'azione per Categoria Merceologica
- Lancio di azioni di Strategic Sourcing
- Implementazione strategie, piani di Commodity

I Commodity team per ridurre il costo totale d'acquisto

- Struttura dei Commodity Team, principali obiettivi
- Misurarne le performance: Cost Savings e Costi evitati
- Piano di lavoro per Commodity

RIDURRE IL TCO PER CATEGORY: LE LEVE

Agire sui Fornitori

- Marketing d'acquisto e messa in concorrenza
- Stabilire obiettivi di contenimento costi con i fornitori
- Strumenti di analisi e controllo dei costi totali d'acquisto
- La metodologia "Tender for negotiation"
- Aste on line: come utilizzarle
- Percorsi creativi di riduzione dei costi
- Contratti a lungo termine

Lavorare in anticipo sul Prodotto

- Acquistare a costo target
- Migliorare le specifiche del prodotto
- Strumenti analitici per capire i cost driver, il target price
- Learning curve, quantity discount

Cooperare con i Clienti Interni

- Technical Saving: design review, reengineering di prodotto, process improvement
- Le specifiche di prodotto/acquisto e del fabbisogno
- L'Acquisto in Team

Strategie e tattiche negoziali

- Planning negoziale e scheda trattativa
- La Strategia della Scacchiera
- Consolidare il proprio stile negoziale
- Definizione del target price per la negoziazione

Aspetti contrattuali nei rapporti col fornitore

- I principi contrattuali di acquisto e loro struttura
- La check list per la stesura di un buon contratto

SVILUPPARE LA LEADERSHIP DEGLI ACQUISTI

- Essere manager e leader
- Il proprio stile manageriale
- La gestione dei collaboratori
- Dalla delega all'empowerment



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



A26 - LA COSTRUZIONE DEL BUDGET DEGLI ACQUISTI

Come definire il piano annuale di Budget: volumi, prezzi, obiettivi ed azioni di miglioramento

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 marzo 2026 | 25 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La creazione e stesura di un budget rappresenta il momento di aggregazione dei contributi dei diversi enti aziendali, ognuno dei quali, per la propria parte, definisce obiettivi e risultati in accordo e a supporto della strategia complessiva. L'impostazione del Budget e la definizione degli obiettivi degli Acquisti è di fondamentale importanza per impostare le azioni con tutta la struttura Acquisti per raggiungere gli obiettivi definiti.

Il corso ha un taglio applicativo con l'obiettivo che ogni partecipante apprenda praticamente come impostare e costruire un Budget degli Acquisti, come definire un piano di attività a supporto degli obiettivi di budget e come monitorare i risultati progressivamente raggiunti, così da poter intervenire tempestivamente con opportune azioni correttive.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager

APPRENDERETE A...

- Elaborare il budget degli acquisti per i materiali diretti ed indiretti/servizi acquisendo i criteri e la metodologia per la sua costruzione
- Utilizzare strumenti e metodologie per la gestione delle modifiche del budget degli acquisti
- Gestire con attenzione le variazioni positive e negative rispetto ai prezzi e alle condizioni ottenute nel corso del periodo di validità del budget

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Individuare i trend delle principali Materie Prime e calcolare l'impatto che hanno sul costo del prodotto acquistato
- Valutare i saving & loss negli Acquisti
- Impostazione del Budget degli Acquisti
- Gestire le variazioni di budget

I PLUS:

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



A26 - LA COSTRUZIONE DEL BUDGET DEGLI ACQUISTI

PROGRAMMA

Il budget aziendale e il budget degli acquisti

- Il budget aziendale e i suoi obiettivi
- Budget operativo, budget degli investimenti e budget finanziario
- Il budget delle vendite
- Il budget delle scorte: materie prime e prodotti finiti
- Dal budget delle vendite al budget degli acquisti
- L'impatto delle attività degli Acquisti sul bilancio aziendale

Pianificazione degli acquisti e l'analisi dello spending

- Obiettivi della pianificazione
- La pianificazione degli Acquisti
- La classificazione merceologica
- L'analisi dello spending

Il budget degli acquisti

- Obiettivi della pianificazione
- Il budget e le politiche di acquisto
- Le diverse tipologie di budget (materiali, investimenti, ...)
- Cenni sull'analisi dei costi e loro definizione
- Le fonti prezzo, le banche dati
- Concetti generali di programmazione e pianificazione della domanda
- L'analisi dei trend dei prezzi
- La stima dei prezzi futuri
- La gestione delle variazioni
- Budget statico e budget flessibile

La costruzione del Budget degli Acquisti

- Generalità sulla costruzione del budget degli acquisti:
- Struttura e modalità di preparazione di un budget
- Criteri per la costruzione di un budget dei prezzi e dei costi totali di fornitura

Il processo di budgeting dell'azienda ed il ruolo degli Acquisti

- Definire gli obiettivi del Budget degli Acquisti
- Il contributo della Funzione Acquisti ed altre funzioni nel processo di budgeting
- Identificazione del processo di formazione del budget di acquisti (da chi arrivano gli input e quali output devono essere generati)

La definizione degli obiettivi di miglioramento che impattano sul Budget Acquisti

- Creazione di un piano preliminare di azioni di miglioramento che impattano sui prezzi d'acquisto
- Definire le azioni a supporto del raggiungimento dei risultati di budget
- Definire un piano di controllo per la verifica dell'implementazione e realizzazione del budget

La misurazione degli scostamenti del Budget e la definizione di azioni correttive

- Il concetto di varianza ai prezzi standard
- I criteri per la misurazione del saving&loss degli acquisti
- Quando considerare i valori di budget: quale riferimento per la misura del saving della funzione acquisti
- Definire le azioni in corso d'opera in caso di variazioni sfavorevoli
- Il Total Cost of Ownership
- Saving tecnici e saving commerciali



A15 - MARKETING D'ACQUISTO ED ACQUISTI INTERNAZIONALI

Definire ed implementare la strategia di sourcing all'estero

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 - 10 aprile 2026 | 21 - 22 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Oggi acquistare significa operare in un mercato globale: se questo da una parte può assicurare maggiori risparmi e libertà di acquisto, dall'altra parte può comportare rischi di forti perdite se non è gestito conoscendone bene le regole e la complessità.

L'obiettivo di questo corso è fornire al partecipante gli strumenti per operare in maniera più sicura sul mercato globale e coglierne le maggiori opportunità, per padroneggiare gli aspetti legali e doganali, conoscendone i rischi connessi e i metodi per mitigarli.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Acquisti
- Category Buyer
- Buyer specializzati negli acquisti all'estero

APPRENDERETE A...

- Cogliere le possibilità di risparmio e maggiore scelta offerte dalla globalizzazione dei mercati
- Capire vantaggi e svantaggi di Global Sourcing
- Come costruire una strategia di global sourcing, quali fattori considerare e quali strumenti utilizzare
- Come quantificare i benefici ottenibili. Come conoscere i rischi e come gestirli e mitigarli
- Affrontare i mercati internazionali minimizzando i rischi e massimizzando i vantaggi
- Saper considerare aspetti tecnici ed economici nella valutazione dei fornitori internazionali
- Saper sfruttare le possibilità offerte dalla globalizzazione dei mercati, soprattutto in termini di offerta diversificata ed opportunità di risparmio
- Capire le regole fondamentali per scrivere un contratto internazionale
- Capire quali sono gli aspetti doganali fondamentali per l'acquisto all'estero

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- L'impostazione della strategia di Global Sourcing
- L'applicazione della SWOT Analysis per categoria merceologica
- L'applicazione del Modello TCO Global Sourcing
- Utilizzo della griglia di quantificazione dei rischi e dei costi per Paese
- La Check List Contrattuale per gli acquisti internazionali
- La Check List Doganale per gli acquisti internazionali

I PLUS:

- La metodologia utilizzata è attiva, verranno discussi anche i casi presentati dai partecipanti



A15 - MARKETING D'ACQUISTO ED ACQUISTI INTERNAZIONALI

PROGRAMMA

I nuovi scenari dei mercati di sourcing

- I mercati emergenti e le diverse opportunità di riduzione del costo di acquisto
- Acquisti Global to Local o Local to Local: quale strategia?
- Il nearshoring per la ricerca di competitività
- Il nuovo paradigma dell'eccellenza nel global sourcing: da Low Cost Countries Sourcing a Best Value Country Sourcing

Definire la Strategia di categoria merceologica

- Identificare i punti di forza e debolezza nei confronti del mercato attraverso la SWOT analysis

La definizione delle strategie sui fornitori (Supplier Strategy)

- Segmentazione e razionalizzazione dei fornitori
- Definizione del tipo di relazione/alleanza sviluppare
- Strategic & Global sourcing

Il marketing d'acquisto internazionale

- Vantaggi e svantaggi dell'acquisto all'estero
- La valutazione del rischio paese
- Il global sourcing: valutazione, selezione e qualificazione dei fornitori
- La scelta tra acquisto diretto tramite intermediari: rischi e vantaggi
- Organizzazione della funzione acquisti
- Evoluzione dei ruoli professionali dei manager del global sourcing
- Conoscere e gestire i tempi di avvio di un progetto di acquisto internazionale

La valutazione economica di convenienza ed il modello decisionale

- Valutazione delle opportunità di riduzione dei costi totali d'acquisto nei principali Paesi low cost: il calcolo del TCO (Total Cost of Ownership) Global Sourcing per la valutazione della convenienza economica
- Il modello decisionale per l'acquisto all'estero: i parametri di rischio e opportunità da tener in considerazione

Ricerca di fornitori esteri potenziali

- Come scegliere i mercati sui quali muoversi
- Piano di marketing degli acquisti internazionali
- Individuare e valutare i fornitori potenziali: international scouting

International scouting e strategie di riduzione del rischio: acquisti nei Paesi low cost

- Localizzazione dei fornitori esteri strategici
- Trovare le giuste informazioni
- Valutazione e selezione dei fornitori
- Come strutturare un'azione di scouting internazionale
- Valutazione e omologazione di un fornitore internazionale
- Risk management nell'international scouting
- La corretta valutazione dei rischi e delle opportunità legate al singolo Paese

Aspetti contrattuali degli acquisti internazionali

- Contratti e importazioni: redigere i contratti di acquisto internazionale ed assicurarsi il rispetto delle norme di sicurezza
- Condizioni generali del contratto: accorgimenti e precauzioni particolari
- Normativa applicabile e possibili deroghe
- Passaggio del rischio dell'acquirente e rapporti con i responsabili della perdita, distruzione o indebita consegna
- Rimedi esperibili in caso di inadempimento o ritardo
- Responsabilità e sanzioni
- Piaga della contraffazione: come difendersi
- Mezzi di pagamento internazionali: regolamenti valutarî, rimessa diretta, incasso documentario, credito documentario; garanzie bancarie internazionali e sistemi di pagamento specifici
- Il rischio di cambio: possibili soluzioni

Aspetti doganali degli acquisti internazionali

- Cenni sulle procedure doganali e fonti normative comunitarie e nazionali: questioni di applicabilità e di compatibilità; accertamento doganale e documentazione
- Uso della tariffa doganale
- Determinazione della base imponibile
- Certificazioni di origine
- Gli Incoterms nella prassi degli acquisti internazionali
- Il trasporto: assicurazione e protezione delle merci e i costi connessi
- Fatture e documenti di trasporto: patologie (errori, irregolarità, omissioni, contestazioni) e rimedi; controlli della dogana italiana, Made in Italy, marchi, contraffazioni; contestazioni, procedimenti amministrativi e penali, recupero dei diritti dovuti

Chiusura del Corso di Formazione

- Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A27 - NEARSHORING E GESTIONE DEL RISCHIO DI FORNITURA

Come definire un modello decisionale per la strategia di sourcing in logica Costi Totali d'Acquisto (TCO) e Rischi di fornitura

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

24 febbraio 2026 | 25 giugno 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I mercati internazionali di acquisto di materie prime e materiali sono negli ultimi anni soggetto ad aumento di costi e rischi di fornitura.

Gli aumenti di materie prime e costi logistici, il rischio paese d'origine, le politiche aziendali sempre più sostenibili portano a riconsiderare la strategia d'acquisto da paesi extra UE in ottica di riduzione del Rischio e Costi Totali (TCO).

L'obiettivo è sempre più considerare una strategia di NEARSHORING o NEAR SOURCING per garantire la sicurezza d'approvvigionamento rendendo competitiva la filiera di fornitori italiani-europei.

Il corso ha un taglio applicativo con l'obiettivo che ogni partecipante apprenda un modello decisionale della strategia di sourcing, valutando la soluzione che permetta di garantire il raggiungimento degli obiettivi strategici e generare vantaggio competitivo.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager

APPRENDERETE A...

- Analizzare i punti di forza e debolezza della propria catena di fornitura
- Calcolare l'indice di Rischio e i Costi Totali della propria catena di fornitura
- Definire una strategia di sourcing coerente agli obiettivi strategici
- Implementare una Roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto
- Rendere competitiva la filiera di fornitori italiana-europea

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Calcolo TCO per Paese di approvvigionamento (Europa, Sud Est asiatico, ...)
- Calcolo dell'indice di Rischio
- Applicazione del modello decisionale di Nearshoring

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi pratici. Ai partecipanti verrà dato il modello decisionale in EXCEL con il calcolo del TCO e dell'Indice di Rischio.



A27 - NEARSHORING E GESTIONE DEL RISCHIO DI FORNITURA

PROGRAMMA

Strategic Sourcing

- Obiettivi
- Il Processo di strategic sourcing
- TCO e gestione del Rischio di Fornitura
- Sviluppare una visione strategica per Categoria Merceologica:
 - Identificare le priorità strategiche degli Acquisti
 - Swot Analysis per identificare la strategia di sourcing
 - Il Category Plan per implementare la strategia di sourcing

Nearshoring o Near Sourcing

- Le tendenze delle aziende
- I principali benefici
- Come rendere competitiva la filiera dei fornitori italiani-europei
- Lo sviluppo di un modello di partnership strategica

SVILUPPARE IL MODELLO DECISIONALE

Calcolare ed analizzare il rischio di fornitura

- Identificare le tipologie di rischio: Prodotto, Fornitore, Fonte di approvvigionamento
- Quantificare i rischi con il KRI (Key Risk Indicator)

Calcolare ed analizzare il TCO (Total Cost of Ownership)

I fattori di costo che impattano sul calcolo del TCO:

- FOB Price
- Packaging
- Duty
- Freight: air, surface, all fees
- Inventory: en-route, cycle, safety stock, obsolete
- Local warehousing
- Travel
- Rework/quality
- Product liability
- IP risk (Intellectual Property Risk)
- Impact on innovation
- Prototype
- Forecast wage inflation and currency appreciation

Applicazione: il modello di calcolo del TCO e il simulatore in EXCEL

Applicare il modello decisionale di Nearshoring su alcune Categorie Merceologiche

- Il calcolo del TCO
- Il calcolo dell'indice di Rischio
- La valutazione di altri fattori strategici
- Il modello decisionale sviluppato tramite la metodologia A.H.P.
- Esempio applicativo

Applicazione del modello decisionale su esempi di Categoria e fonte di approvvigionamento

Definire la roadmap di strategic sourcing

- Utilizzare la Wave Matrix per l'implementazione delle azioni di Nearshoring
- Definire tempi e costi per l'implementazione
- Quantificare i Benefici ed il ROI del progetto

Case study:

discussione con i partecipanti



A10 - CATEGORY MANAGEMENT

La gestione strategica ed operativa delle Categorie Merceologiche d'Acquisto

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

27 maggio 2026 | 26 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il modulo offre l'opportunità di avere un quadro complessivo del processo d'acquisto fornendo i principali strumenti e tecniche per sviluppare un Category Plan e migliorare le performance della propria Categoria Merceologica. Il Category Manager fortemente specializzato in una Categoria Merceologica ha la possibilità di agire con successo sui mercati migliorando le performance d'acquisto. La possibilità di praticare e sperimentare in aula esercizi, casi aziendali, applicazioni di strumenti permette di consolidare l'apprendimento della teoria illustrata.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Senior Buyer

APPRENDERETE A...

- Definire un Piano Strategico ed Operativo degli Acquisti orientato alla riduzione del Costo Totale d'Acquisto
- Apprendere la metodologia per individuare le scelte operative più idonee per una gestione efficace delle merceologie d'acquisto coerenti alle strategie aziendali
- Sviluppare il Category Management: dalla definizione del Category Plan all'implementazione delle azioni di miglioramento
- Cogliere le opportunità ed attivare azioni di riduzione del Costo Totale d'Acquisto per le differenti famiglie Merceologiche
- Conoscere e utilizzare i principali strumenti di analisi e gestione della fornitura e i driver essenziali per la massimizzazione dell'efficacia tattica e strategica dell'acquisto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- La stesura di un Category Plan
- Applicazione degli strumenti di Category Management: Swoy Analysis, Analisi dei vincoli, Analisi rischi e profitto, Matrice di Segmentazione dei Fornitori, gli assi di riduzione del TCO
- Il calcolo del costo totale d'acquisto TCO

I PLUS:

- Durante il corso verranno redatti alcuni Category Plan su esigenze portate dai partecipanti



A10 - CATEGORY MANAGEMENT

PROGRAMMA

Dal Piano Strategico degli Acquisti al Category Plan

- Acquistare Valore dal Mercato dei Fornitori
- Acquisti e Strategia Aziendale
- La strategia degli Acquisti: il Piano Strategico degli Acquisti
- Definire le Priorità strategiche degli Acquisti
- Il Piano strategico ed operativo per le Famiglie Merceologiche: il Category Management

Come definire il Category Plan

- Analisi della situazione attuale
 - Classificare i prodotti per Cluster: l'albero della categoria Merceologica
 - Definizione dei bisogni d'acquisto: fabbisogni, specifiche tecniche e funzionali
 - Analisi del Mercato dei Fornitori: la SWOT analysis
 - Spend Analysis per Fornitori ed Articolo
 - Analisi dei vincoli
 - Analisi Rischio e Profitto (Kraljic)
 - Analisi dei rischi di fornitura
 - Il posizionamento competitivo dei fornitori: la segmentazione dei Fornitori sui drivers strategici della Categoria
 - Analisi dei Costi di Prodotto: Cost Drivers ed analisi dei trend di variazione (materie prime, energia, costo manodopera, valuta, ...)
 - Analisi delle Performance di Categoria:
 - saving&loss negli ultimi anni
 - lead time e puntualità
 - scorte
 - qualità
- Definire la Strategia di Categoria
 - Il Piano prodotto
 - Il budget e le previsioni di spesa
 - Il Master Plan dei progetti di miglioramento
 - La Wave Matrix per l'implementazione dei progetti a breve, medio e lungo termine
- Implementazione del piano, controlling e reporting:
 - Definizione delle azioni di miglioramento delle Performance d'Acquisto: l'action plan
 - KPI sui drivers strategici di Categoria: sicurezza, innovazione, costo, qualità e servizio
 - La definizione di Reporting sulle performance di Categoria

Il coinvolgimento del Cliente Interno nella definizione delle strategie di Categoria M.

- Definire le azioni di Technical Saving: design review, reengineering di prodotto e process improvement
- Definire la strategia sui fornitori: consolidamento degli attuali e qualificazione di nuovi fornitori
- Condividere la strategia negoziale dall'inizio delle fasi di sviluppo prodotto: early involvement degli Acquisti

Sviluppare il profilo del Category Manager

- Attitudini analitiche e relazionali, competenze tecniche e contrattuali, la conoscenza dei mercati d'acquisto
- Definire la propria area di competenza merceologica
- Esercitazione: analisi delle proprie attitudini/competenze e delle informazioni necessarie di natura tecnica, contrattuale e di mercato

Dalla teoria alla pratica: presentazione e analisi di due casi reali



A11 - MISURARE LE PERFORMANCE D'ACQUISTO

Come definire i KPI e i Reporting della Direzione Acquisti

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

28 maggio 2026 | 17 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La misurazione delle proprie performance è la base per migliorare. La funzione Acquisti deve poter verificare in continuo lo scostamento tra risultati e obiettivi per definire, una volta capite le cause che non hanno permesso di raggiungere gli obiettivi, le azioni correttive necessarie. Un sistema di miglioramento si basa sulla definizione dei KPI più rappresentativi dei Drivers di generazione del Valore d'Acquisto: costi, servizio, qualità sicurezza, innovazione. L'implementazione di un Reporting "Beyond Saving" è la base per migliorare la credibilità e visibilità all'interno dell'azienda e nei confronti della Direzione.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Senior Buyer
- Controllo di Gestione

APPRENDERETE A...

- Conoscere i KPI di valutazione della funzione più attuali ed efficaci e imparare a selezionare quelli più idonei alla propria struttura
- Definire gli indicatori per la gestione del Rischio di fornitura (KRI- Key Risk Indicator)
- Apprendere le tecniche di costruzione del Reporting e dei KPI coerenti con gli obiettivi della funzione e del singolo buyer
- Misurare le prestazioni del Parco Fornitori
- Creare degli indicatori coerenti con gli obiettivi aziendali e di funzione
- Conoscere le metodologie e gli strumenti più innovativi per misurare le performance negli Acquisti
- Approfondire in che modo questo risparmio viene trattato a livello di controllo di gestione e quali sono gli impatti sul conto economico
- Dimostrare alla Direzione la validità della propria funzione

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il calcolo dei Saving&Loss e del TCO per Categoria M. e Fornitore
- La costruzione di un Reporting
- La presentazione di case studies

I PLUS:

- Durante il corso verranno analizzate le esigenze dei partecipanti per costruire i KPI e Reporting per la loro azienda



A11 - MISURARE LE PERFORMANCE D'ACQUISTO

PROGRAMMA

Dalla strategia aziendale agli obiettivi strategici degli Acquisti: la metodologia Hoshin Kanri e la X_Matrix

Il Deployment degli obiettivi a livello di Divisione, Categoria M, Buyers: il modello A3T / A3SR

La tipologia degli indicatori negli Acquisti

- Strategici
- Di Performance
- Di Progetto
- Di Valutazione dei Fornitori

Gli Indicatori Strategici

Gli Acquisti come Vantaggio Competitivo

- Aumentare il Valore d'Acquisto migliorando le performance e riducendo i Costi d'Acquisto
- Come misurare il vantaggio competitivo

Acquisti ed Impatto sull'utile aziendale

- Come misurare l'impatto sull'utile aziendale
- La correlazione con i KPI delle Vendite: quale l'impatto del saving sull'Utile rispetto all'incremento delle vendite?

Gli Indicatori di Performance

Indicatori economico-finanziari

- L'impatto sul conto economico: Revenues Equivalent Units = Savings / Gross Margin (%)
- Il Return on Investment (ROI): risultati rispetto al costo della Funzione Acquisti

Indicatori economici

- Saving&Loss
- Cost Avoidance
- Il TCO (Total Cost of Ownership)

Indicatori di gestione del Rischio (KRI)

- Creare i parametri e gli indicatori di KRI e individuare le fonti del loro aggiornamento
- Utilizzare i risultati del KRI all'interno dell'azienda e con i fornitori
- Il Supplier Risk Index per gestire il rischio di fornitura

Il calcolo dei Saving&Loss

- I Saving Commerciali e i Saving Tecnici
- Il Cost Avoidance
- Identificare e nettificare dall'indicatore di Saving&Loss le causali non corrette per il calcolo

Gli Indicatori di Progetto

- Le modalità di definizione degli obiettivi e dei target
- Valutare le performance dei singoli progetti rispetto agli obiettivi definiti
- La verifica dell'impatto dei risultati del Progetto sui KPI di Performance

Gli Indicatori di Valutazione dei Fornitori

- Gli indicatori per la valutazione economica –finanziaria del fornitore
- Il Vendor Rating
- Dal Vendor Rating al TCO per fornitore

I Reporting degli Acquisti: Beyond Saving

- Sviluppare il Reporting d'Acquisto per gestire il Processo di miglioramento delle Performance con il modello A3T
- Il Report economico: Saving&Loss e cost avoidance
- Il Report Beyond Saving:
 - dal saving&loss al TCO
 - dal TCO al TVO (Total Value of Ownership)
- Il ruolo dell'IT nella costruzione dei KPI e Reporting
- Tempistiche e modalità di presentazione del reporting

Il miglioramento continuo

- L'uso del Visual Management per analizzare gli andamenti dei Progetti e i risultati dei KPI definiti
- L'analisi causa-effetto per definire le azioni di miglioramento
- Diffondere e mantenere la cultura e le azioni di miglioramento continuo attraverso il Purchasing Kaizen
- Diffondere la cultura e le metodologie di riduzione del Costo Totale d'Acquisto ai fornitori

I sistemi di incentivazione negli Acquisti

- I modelli di incentivazione sui risultati
- Esempi di sistemi MBO per gli Acquisti



A12 - LE METODOLOGIE PER LE AZIONI DI TECHNICAL SAVING

Come generare una riduzione dei costi di prodotto attraverso il lavoro in Team con la Direzione Tecnica

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

23 - 24 marzo 2026 | 5 - 6 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Circa l'80% dei costi totali del ciclo di vita del prodotto sono "impegnati" prima di aver fabbricato il primo pezzo; le Funzioni che maggiormente influiscono sui Costi del Prodotto sono la Ricerca Sviluppo e Progettazione subito dopo gli Acquisti. È quindi importante lavorare sul Processo d'Acquisto per ottenere le migliori Performance; per gli acquisti più "Tecnici" (codici su specifiche) è necessario coinvolgere la Progettazione per attivare azioni di Technical Saving (Design Review, Reengineering di prodotto, Process improvement). La definizione di una metodologia strutturata e rigorosa di riduzione dei costi d'acquisto attraverso azioni di Technical Saving è fondamentale per avere una garanzia di raggiungere gli obiettivi. Il corso di formazione proposto, ricco di esempi applicativi e di interazioni tra docente e partecipanti, metterà i partecipanti in condizione di definire ed implementare un Progetto di Technical Saving.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Responsabili di progettazione e sviluppo prodotto

APPRENDERETE A...

- Applicare tecniche di analisi e riduzione dei costi: Analisi del Valore, Cost Breakdown Analysis, Design to Cost, ...
- Valutare le soluzioni organizzative più idonee
- Applicare la metodologia TE.C.O. (Technical Cost Optimization)
- Capire i benefici dell'early involvement del fornitore nel processo d'acquisto
- Sviluppare la capacità di Team Working all'interno di un Progetto di Technical Saving
- Coinvolgere il fornitore corresponsabilizzandolo sui risultati del progetto
- Avvalersi delle tecniche di analisi del prodotto/servizio e del processo per individuare e ridurre i costi superflui e nascosti
- Valutare il miglior compromesso tra la performance e il costo di ciascuna funzionalità del prodotto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- L'applicazione di tecniche di Value Engineering e Value Analysis su casi reali
- La definizione di Target Price negoziali attraverso la Cost Break down Analysis
- Analisi di esempi di processo di sviluppo nuovi prodotti dove gli Acquisti hanno un ruolo chiaro e definito
- Applicazioni di sessioni di miglioramento Prodotto e Processo: metodologia TECO (Technical Cost Optimization)
- Come migliorare le credibilità degli Acquisti nei confronti dei clienti interni (tecnici)

I PLUS:

Illustrazione di progetti di Technical Saving realizzati ed impostazione con i partecipanti del piano per la definizione ed implementazione di un Progetto di Technical Cost Optimization ed esercitazione su esempi di prodotto o servizio proposti dai partecipanti



A12 - LE METODOLOGIE PER LE AZIONI DI TECHNICAL SAVING

PROGRAMMA

Le tecniche per l'ottimizzazione dei Costi di Prodotto

- Value Engineering: per l'ottimizzazione del valore di un prodotto in fase di sviluppo
- Value Analysis: per l'incremento del valore di un prodotto già sviluppato
- Value Management: per incrementare l'efficienza del Modello di Technical Saving

SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

Early involvement degli Acquisti nel processo di sviluppo prodotto

- Il Modello Stage Gate: dall'Ideazione allo Start of Production
- Ruolo e responsabilità del Buyer nelle Fasi del Modello Stage Gate
- Organizzazione della Funzione Acquisti nello Sviluppo Nuovi Prodotti
- Il Team Interfunzionale: integrazione, leadership e comunicazione
- Il coinvolgimento del fornitore nel Team
- Le tecniche di supporto: dalla Value Analysis, alla Cost Breakdown Analysis fino al Target Costing
- Identificare le azioni di Cost Saving
- La funzionalità del Design to cost nell'abbattimento dei costi di acquisto

OTTIMIZZAZIONE PRODOTTI ATTUALI

L'Analisi del Valore

L'analisi del Valore: definizione ed applicabilità

- Il percorso di applicazione dell'Analisi del Valore:
 - Definire e interpretare il bisogno del cliente: la determinazione delle funzioni del prodotto/servizio e della priorità per il cliente interno
 - Scomporre il prodotto / servizio per «aree» o «gruppi» funzionali a partire dalla distinta base o capitolato: la costruzione della distinta base/ capitolato funzionale e la sua valorizzazione
 - Calcolare il costo di ogni funzione del prodotto
 - Definire la prestazione obiettivo di ciascuna funzione del prodotto: benchmarking funzionale e assessment competitivo
 - L'analisi del valore come risultato della correlazione tra analisi funzionale e analisi di costo
- Gli strumenti di supporto all'analisi:
 - Creazione dei parametri di comparazione ed attribuzione dei pesi attraverso la metodologia AHP
 - La comparazione delle soluzioni (funzionalità + costo)
 - Le tabelle di comparazione del valore e del Costo
- Il Value Plan e lo sviluppo di soluzioni che ottimizzano performance e costi di prodotto/servizio

- Definire le azioni di Technical Saving: design review, reengineering di prodotto, process improvement
- Dall'analisi del prezzo alla gestione dei costi totali d'acquisto (TCO)
- Dalla gestione dei costi totali (TCO) alla generazione di valore (TVO-Total Value of Ownership)
- Metodi e tecniche per isolare gli extra-costi superflui lungo tutto il ciclo di vita del prodotto/servizio
- Strumenti analitici per capire i cost driver e definire il target price

Aspetti Organizzativi

- Il processo di sviluppo prodotto e il processo d'acquisto: come definire strategie e tecniche negoziali nei confronti dei fornitori
- Modelli di strutture organizzative e valutazione delle alternative: da Progetto a Processo per consolidare e mantenere nel tempo i risultati
- Le Figure professionali nel processo di Technical Saving: advance purchaser, Project Buyer, Cost Engineer
- Il Cooperative Purchasing: un modello d'acquisto in team
- Il Marketing Interno per Corresponsabilizzare i Clienti Interni

L'implementazione di sessioni di miglioramento Prodotto e Processo: la Metodologia TE.C.O. (Technical Cost Optimization)

- I passi della Metodologia TE.C.O.:
 - Analisi del Progetto attuale: Affidabilità, Prestazione, Drivers di Costo
 - Analisi delle specifiche funzionali e specifiche tecniche
 - Generazione delle proposte di miglioramento
 - Integrazione delle idee generate nel nuovo progetto con modifiche al Disegno, Progetto, Processo
 - La Technical Negotiation con il fornitore: definire il Should Cost e creare la Scheda Trattativa Tecnica
- Le 10 regole per ridurre il costo del prodotto

La gestione del Progetto di miglioramento

- La pianificazione e il controllo
- Come costruire e gestire un piano operativo, finalizzato al raggiungimento degli obiettivi funzionali, economici e temporali del prodotto/servizio
- Definire il team di lavoro
- Preparare e organizzare le sessioni di miglioramento di prodotto e processo



A2 - FORMAZIONE PRATICA COMPRATORI

Sviluppare le competenze per essere un Buyer efficace

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

6 - 7 maggio 2026 | 1 - 2 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il Buyer efficace è chi, comprendendo le esigenze d'Acquisto dell'azienda, riesce a focalizzarsi sulle attività che generano valore aggiunto e migliorano le performance d'acquisto (riduzione dei costi e miglioramento della qualità e del servizio).

Il corso offre l'opportunità di avere un quadro complessivo del processo d'acquisto fornendo i principali strumenti e le tecniche per migliorare immediatamente le proprie attività e garantire all'azienda un miglioramento concreto.

A CHI È RIVOLTO

- Il corso è rivolto a Buyer che vogliono sviluppare e consolidare le proprie competenze d'Acquisto

APPRENDERETE A...

- Identificare obiettivi e competenze del Buyer
- Valutare i punti di forza e debolezza delle fasi del processo d'acquisto
- Cogliere le opportunità ed attivare azioni di riduzione del Costo Totale d'Acquisto per le differenti famiglie merceologiche: materie prime, codici a disegno, codici commerciali, servizi
- Utilizzare l'analisi dei costi per definire il target price negoziale
- Sviluppare la strategia negoziale e condurre un'efficace trattativa
- Riconoscere le tattiche negoziali dei fornitori ed identificare le risposte più efficaci
- Valutare il fornitore e gestire il processo di miglioramento delle sue performance
- Avere un inquadramento contrattuale per differenti tipologie di acquisto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Auto analisi delle attività del buyer
- Questionario di valutazione delle proprie competenze d'acquisto
- Role Play e simulazioni negoziali tra Acquisitori e Venditori
- Sviluppo ed applicazione di strumenti per la riduzione del costo totale d'acquisto: matrice valutazione delle offerte, scheda scomposizione costi, scheda trattativa
- Sviluppo di un sistema di valutazione fornitori (Vendor Rating)
- Discussione di 2 casi di riduzione del costo totale d'Acquisto

I PLUS:

Buyer Action Plan: realizza quanto hai appreso attraverso la stesura del Piano d'Azione personale, potrete definire le azioni di miglioramento da implementare al ritorno in azienda, confrontandovi con il docente anche dopo la fine del corso



A2 - FORMAZIONE PRATICA COMPRATORI

PROGRAMMA

Introduzione

- Definizione di Acquisti ed Approvvigionamenti (gestione materiali)
- Focalizzarsi sulle attività a valore aggiunto e ridurre gli sprechi nel processo d'acquisto
- Organizzare meglio le attività e gestire le loro priorità

Controlling & reporting: come gestire e migliorare le performance d'acquisto (cenni)

- La definizione dei target
- Indicatori di Performance (KPI): definizioni e calcolo
- Definizione di Cost Savings e Cost Avoidance
- Il Report di misura dei risultati raggiunti

Le fasi del processo d'acquisto e gli strumenti necessari, per le differenti famiglie d'acquisto, per migliorare le performance d'acquisto

Marketing d'Acquisto

- Analisi del Mercato dei Fornitori
- Definire il piano operativo di Marketing d'Acquisto
- L'importanza del marketing d'Acquisto interno all'azienda

Selezione, valutazione ed omologazione dei fornitori (cenni)

- Commodity Risk Management (cenni)
- La valutazione preventiva e sistemi di qualificazione dei Fornitori
- Gli strumenti e le metodologie di valutazione
- L'identificazione dei criteri di valutazione in relazione alla tipologia d'acquisto (Famiglia Merceologica): qualità, logistica, servizio, solidità finanziaria, competitività e rischi di approvvigionamento
- La valutazione tecnico-economica dei fornitori: gli indicatori e il loro utilizzo

Price analysis e gestione dell'approccio a Costo Totale d'Acquisto (TCO)

- Definire le leve e le azioni di riduzione del Costo Totale d'Acquisto
- Utilizzare l'analisi dei costi per definire il target price negoziale
- Identificare e stimare i principali elementi di costo
- Applicazioni di analisi costi
- Analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Gli strumenti operativi per l'analisi dei Costi
- Scheda di Scomposizione Costi
- Matrice di Valutazione dei Costi per determinare il BEST PRICE e il TARGET PRICE
- Gestione a Costi Totali d'Acquisto [Total Cost of Ownership (TCO)]

Esercitazioni: applicazione di alcuni strumenti operativi

Gestione del processo di lancio e valutazione dell'offerta

- La preparazione della gestione delle offerte: definire specifiche e capitolato d'acquisto
- Gli strumenti per la gestione delle offerte:
 - La matrice di Valutazione delle offerte
 - Le aste on Line
 - Tender for improvement

Esercitazioni: applicazione di alcuni strumenti operativi

Negoziazione e trattativa d'acquisto

- La preparazione alla negoziazione: planning negoziale e scheda trattativa
- Sviluppare la strategia negoziale attraverso la "Strategia della Scacchiera" e definire i target negoziali
- Definizione del target price per la negoziazione
- Condurre la trattativa sviluppando le competenze per gestire "buone" relazioni con il fornitore

Esercitazioni: applicazione di alcuni strumenti operativi: la strategia della scacchiera, la Scheda Trattativa

Gestione dei contratti

- Check list contrattuale
- I punti fondamentali nella stesura di un contratto

Valutazione delle performance dei fornitori

- I sistemi di valutazione delle performance dei fornitori: sistema CATEGORICO, a media ponderata (VENDOR RATING), COST BASED
- La valutazione delle prestazioni del fornitore
- (Il Vendor Rating) per famiglie merceologiche
- L'impostazione di un piano di miglioramento delle performance con il fornitore: obiettivo aumentare il valore d'acquisto
- Il controllo delle prestazioni logistiche del fornitore

Chiusura Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura piano d'azione personale



A16 - FORMAZIONE PRATICA MATERIAL PLANNER

Strumenti e metodi pratici per migliorare l'approvvigionamento dei materiali

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

11 - 12 marzo 2026 | 15 - 16 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La corretta gestione del processo di riordino dei materiali è uno degli aspetti fondamentali per garantire un normale flusso produttivo, la soddisfazione dei propri clienti e, nel contempo, contenere costi. Pur in contesti sempre più dinamici ed in continua evoluzione, è necessario definire le modalità di approvvigionamento più idonee per garantire un miglioramento del livello di servizio e dei costi, e definire il corretto livello di riordino, che garantisca un adeguato servizio ai clienti interni ed esterni senza però incorrere in costi e rischi elevati. Nel corso saranno analizzati i principali strumenti e le tecniche che permettono di controllare, gestire ed ottimizzare la gestione del processo di riordino dei materiali.

A CHI È RIVOLTO

- Il corso è rivolto a Buyer ed Approvvigionatori che vogliono sviluppare e consolidare le proprie competenze

APPRENDERETE A...

- Pianificare coerentemente alla pianificazione della domanda dell'azienda
- Scegliere le modalità di gestione dei materiali più adatta
- Impostare un sistema di riordino coerente con la struttura aziendale
- Ottimizzare l'utilizzo dei sistemi MRP
- Valutare vantaggi e criticità ed implementare concretamente un sistema Kanban per la gestione degli approvvigionamenti
- Migliorare le performance logistiche del fornitore
- Quantificare le voci di costo dell'approvvigionamento che fanno parte del Costo Totale d'Acquisto
- Ottimizzare le tecniche di approvvigionamento per ridurre i costi totali
- Rendere affidabili gli approvvigionamenti per ridurre i costi
- Instaurare buone relazioni con i fornitori per usufruire dei vantaggi che ne derivano
- Lavorare in Team con i clienti interni per raggiungere un'obiettivo comune

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Controllare le scorte e la disponibilità dei prodotti mediante gli indicatori di performance
- Prevedere la domanda e tenere sotto controllo gli errori dei modelli di previsione
- Definire e implementare un progetto di ottimizzazione degli stock
- Analizzare e migliorare i materiali mancanti
- L'utilizzo e l'ottimizzazione dei sistemi MRP
- La determinazione del lotto di acquisto

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



A16 - FORMAZIONE PRATICA MATERIAL PLANNER

PROGRAMMA

Differenze tra acquisti e approvvigionamenti

Le diverse fasi del processo d'acquisto e il processo di approvvigionamento con le sue attività

L'approvvigionamento dei materiali

- I tipi di ordine
- Le attività del processo di approvvigionamento dei materiali
- Il controllo e il miglioramento delle prestazioni dei propri fornitori
- Soluzioni per migliorare l'approvvigionamento dei materiali

La pianificazione degli acquisti e delle forniture: dalla pianificazione della domanda alla gestione degli ordini con i fornitori

Gli strumenti e modelli per la gestione dei materiali e delle scorte

- I modelli Push e Pull
- Il dimensionamento del lotto economico di approvvigionamento
- Modello a punto di riordino: lotto economico e livello di riordino
- Modello a intervallo fisso di riordino: intervallo di rifornimento, disponibilità obiettivo
- Come dimensionare le scorte di sicurezza
- I metodi di gestione a fabbisogno: l'utilizzo dei sistemi MRP
- Gestire le scorte con il Just in Time
- Quando e come applicare i diversi modelli di gestione scorte

La gestione dell'approvvigionamento per commessa

- La gestione a fabbisogno dei prodotti (MRP: Material Requirements Planning)
- La scorta di sicurezza: determinare lo stock necessario e stabilire un legame con il livello di servizio
- Impostare e gestire un sistema di riordino

Il costo totale d'acquisto: costi contrattuali e costi di non performance dei fornitori -> l'impatto dell'approvvigionamento dei materiali

Nuove metodologie per l'approvvigionamento:

consignment stock, stock agreement, kanban, ordini a programma, accordi quadro dell'ordine, accordi di gruppo

Analisi e gestione del tempo di consegna del fornitore

- Costruzione degli indicatori di prestazione: quali parametri considerare
- Analisi del tempo di consegna e definizione del tasso di servizio
- Costruzione del vendor rating e suo utilizzo operativo
- Il controllo dei ritardi e dei solleciti: importanza del controllo preventivo
- Gestire i ritardi e i solleciti
- La negoziazione telefonica sul rispetto delle consegne: pratica di telefonate coi fornitori

Lean Purchasing

- Processi Lean nelle attività di approvvigionamento dei materiali (Ciclo passivo)
- Attività a valore e non valore nei processi di servizio
- Sincronizzazione tra le forniture e i bisogni di efficienza e flessibilità
- Focalizzazione sui processi chiave e automatizzazione delle attività a scarso valore
- I processi d'acquisto snelli: case history ed esempi

Saper gestire i propri tempi per essere sempre efficaci

- Attività ed "interferenze" nella gestione del proprio lavoro
- Tecniche di gestione dei tempi
- L'analisi ABC per determinare criticità e priorità d'intervento
- La gestione delle priorità

Come collaborare in team per raggiungere gli stessi obiettivi



A23 - LA DEFINIZIONE ED IMPLEMENTAZIONE DI UN PIANO BONUS SUI FORNITORI

Come ottenere dei benefici economici e sviluppare una relazione Win-Win con i fornitori

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

13 aprile 2026 | 3 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mette in condizioni il partecipante di realizzare ed implementare un piano di richiesta bonus ai fornitori. Verranno condivise le modalità e le strategie più idonee per rendere il piano bonus efficace con vantaggio reciproco tra cliente e fornitore (WIN-WIN).

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Buyer

APPRENDERETE A...

- Definire il piano bonus nei confronti dei fornitori
- Identificare le opportunità di bonus da condividere con il fornitore
- Sviluppare un modello di relazione con i fornitori basato su vantaggi reciproci
- Utilizzare Excel per analizzare la spesa degli ultimi anni e definire i fornitori a cui chiedere il bonus

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Impostazione del Piano Bonus
- Definizione delle modalità di coinvolgimento dei fornitori: mail, lettera, incontro, ...
- Creazione della Check List negoziale con il fornitore

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi pratici. Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata.



A23 - LA DEFINIZIONE ED IMPLEMENTAZIONE DI UN PIANO BONUS SUI FORNITORI

PROGRAMMA

Identificare le opportunità di richiesta bonus

- Analisi del fatturato dei fornitori e del loro trend negli anni
- Identificare i fornitori a cui chiedere il bonus di fine anno
- Definire le modalità di richiesta bonus: indipendente al fatturato, per fasce di fatturato
- Definizione la % di bonus coerente con gli obiettivi aziendali

Impostare la richiesta ai fornitori

- La stesura delle lettere di richiesta bonus
- Le modalità di richiesta: mail, telefono, incontro

La negoziazione del bonus a fornitori

- Definire gli obiettivi
- Preparare la Scheda Trattativa di richiesta bonus
- Stabilire la strategia e tattica negoziale
- Concludere l'accordo
- Formalizza l'accordo con la firma della lettera bonus

Le fasi di realizzazione del piano bonus

- Definisci il piano bonus in Excel
- Stabilisci delle scadenze di risposta dei fornitori
- Misura i risultati ottenuti
- Stabilisci le modalità di erogazione del bonus: note credito di fine anno
- Analizza i risultati ed imposta le azioni di miglioramento per l'anno successivo

Esercitazioni

- Impostazione del piano bonus su Excel
- Creazione della Check List di richiesta bonus
- Creazione Modello Scheda Trattativa di richiesta bonus

Case study:

condivisione Progetto realizzato di Richiesta Bonus



A3 - NEGOZIARE CON PROFITTO

Come migliorare le performance negoziali nella trattativa d'Acquisto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

26 - 27 marzo 2026 | 7 - 8 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il negoziatore vincente è chi comprende il processo negoziale, sviluppa le proprie strategie, utilizza le migliori tecniche e gestisce la trattativa per ottenere il successo nella negoziazione.

Il corso offre l'opportunità di praticare e sperimentare attraverso esercizi, casi negoziali e Role Play, le migliori strategie e tecniche per definire i target negoziale e migliorare le performance nella trattativa d'Acquisto.

A CHI È RIVOLTO

- A professionisti degli Acquisti che desiderano sviluppare e migliorare le proprie competenze e tecniche negoziali

APPRENDERETE A...

- Identificare obiettivi ed interessi reciproci per negoziare al meglio
- Valutare i punti di forza e debolezza per stabilire gli obiettivi e le migliori soluzioni negoziali
- Cogliere le opportunità di negoziazione
- Sviluppare la strategia negoziale e condurre un'efficace trattativa
- Implementare le strategie e le tattiche negoziali attraverso la "strategia della scacchiera"
- Preparare la negoziazione attraverso la "Scheda Trattativa"
- Utilizzare le migliori tecniche di comunicazione per gestire la trattativa
- Riconoscere le tattiche negoziali dei fornitori ed identificare le risposte più efficaci
- Identificare e gestire gli elementi tipici di situazioni negoziali complesse e difficili

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Determinazione del proprio stile negoziale
- Gestione delle negoziazioni spot con la 'matrice di valutazione delle offerte'
- Determinazione del target price negoziale e condivisione con il fornitore
- Applicazione della 'strategia della scacchiera per negoziazioni complesse
- Sviluppo della 'Scheda Trattativa'
- Role Play e simulazioni negoziali tra Acquisitori e Venditori
- Negoziazione in Team: Cliente Interno, buyer, fornitore
- Discussione di 2 negoziazioni reali
- La check list delle Best Practice negoziali

I PLUS:

Simulazioni del processo negoziale attraverso il software IWIN

Negotiation Action Plan: realizza quanto hai appreso attraverso la stesura del Piano d'Azione personale, potrete definire le azioni di miglioramento da implementare al ritorno in azienda, confrontandovi con il docente anche dopo la fine del corso



A3 - NEGOZIARE CON PROFITTO

PROGRAMMA

Introduzione alla negoziazione

- Cos'è e quando si negozia
- Trattativa come parte del processo acquisti
- Differenza tra win-win e win-lose

Preparazione pratica alla trattativa

- Obiettivi negoziali: BATNA, LAA, MDO, ZOPA
- Check-list di preparazione
- Raccolta informazioni su fornitore, mercato e prodotto
- Esercitazione guidata: preparazione della scheda trattativa

Gestione delle offerte e comparazione

- Come richiedere un'offerta chiara ed efficace
- Tabella comparativa multi-parametro (esercitazione)
- Metodo semplificato AHP per il confronto tra più fornitori
- Esercitazione: confronto di 3 offerte su base tecnica/economica

Analisi del prezzo e scomposizione dei costi

- Tecniche base per stimare un prezzo corretto
- Come leggere e discutere una scomposizione costi
- Indicatori di supporto (prezzi materie prime, logistica, margini)
- Calcolo e proposta di un target price

Tecniche di negoziazione pratiche

- Apertura della trattativa: ancoraggio e tono iniziale
- Concessioni sequenziali: come dare senza perdere margine
- Leve base nella trattativa: prezzo, tempi, condizioni, pagamento
- Come gestire controproposte e resistenze

La strategia della scacchiera

- Come costruire la strategia della scacchiera
- Esempio di utilizzo con più parametri negoziabili
- Simulazione: costruzione scacchiera su caso reale

Comunicazione essenziale nella negoziazione

- Regole base della comunicazione efficace
- Ascolto attivo e domande giuste al momento giusto
- Comunicazione assertiva vs passiva o aggressiva
- Simulazioni brevi con feedback

Gestione del conflitto nella trattativa

- Riconoscere il conflitto e non subirlo
- Modello Thomas-Kilmann: 5 stili a confronto
- Tecniche semplici per abbassare la tensione
- Simulazione: gestione di un disaccordo con un fornitore

Conclusione e follow-up

- Come chiudere in modo professionale
- Formalizzazione degli accordi
- Checklist di chiusura
- Tracciamento dei saving e delle condizioni ottenute



A8 - TECNICHE AVANZATE DI NEGOZIAZIONE CON I FORNITORI

Come ottenere risultati in situazioni negoziali complesse

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 - 21 maggio 2026 | 24 - 25 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso, rivolto a chi è già in possesso dei concetti base della negoziazione d'acquisto, permette di approfondire le strategie di negoziazione e gli aspetti indispensabili per ottenere i migliori risultati nelle trattative d'acquisto più complesse. I partecipanti impareranno a gestire ed indirizzare le situazioni conflittuali e di tensione, incrementando l'efficacia delle proprie negoziazioni.

I partecipanti avranno modo di apprendere metodologie collaudate da applicare anche in situazioni "difficili" come quelli con fornitori dominanti o non facilmente sostituibili o in contesti internazionali culturalmente distanti dal nostro.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabile Acquisti
- Category Manager
- Buyer Senior

APPRENDERETE A...

- Acquisire la capacità di sapersi preparare ad una trattativa definendo chiari obiettivi negoziali
- Acquisire tecniche e metodologie per condurre una negoziazione efficace
- Acquisire strumenti per impostare le strategie di negoziazione
- Identificare obiettivi ed interessi comuni per negoziare al meglio
- Valutare i punti di forza e debolezza per stabilire gli obiettivi e le migliori soluzioni negoziali
- Identificare e cogliere le opportunità di negoziazione
- Identificare le proprie attitudini negoziali e le capacità di adattarsi alle situazioni
- Gestire al meglio gli aspetti comportamentali per far fronte alle obiezioni della controparte
- Saper influenzare la controparte per raggiungere i propri obiettivi
- Apprendere ad adattare la strategia ai differenti interlocutori
- Riconoscere le tattiche negoziali dei fornitori ed identificare le risposte più efficaci
- Identificare e gestire gli elementi tipici di situazioni negoziali complesse e difficili

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Conoscere il proprio stile negoziale
- Individuare lo stile della controparte e le sue strategie e tattiche negoziali
- Applicazione della 'strategia della scacchiera' per negoziazioni complesse
- Simulazione di negoziazioni a difficoltà e complessità crescente
- Tecniche di analisi del prezzo
- Negoziazione in Team: Cliente Interno, buyer, fornitore
- Discussione di 2 negoziazioni reali
- La check list delle Best Practice negoziali

+ I PLUS:

Simulazioni del processo negoziale attraverso il software IWIN

Negotiation Action Plan: realizza quanto hai appreso attraverso la stesura del Piano d'Azione personale, potrete definire le azioni di miglioramento da implementare al ritorno in azienda, confrontandovi con il docente anche dopo la fine del corso



A8 - TECNICHE AVANZATE DI NEGOZIAZIONE CON I FORNITORI

PROGRAMMA

Fondamenti della negoziazione avanzata

- La negoziazione come processo decisionale strategico
- Approcci integrativi vs distributivi
- Cooperazione e competizione: cosa li attiva e come gestirli
- La negoziazione come leva per il valore e per la relazione
- Differenza tra trattativa semplice, complessa e sistemica

Strategia negoziale

- Analisi della controparte (profilazione, potere, interessi, vincoli)
- Strutturare la strategia: preparazione, obiettivi, opzioni, scenari
- Costruzione di alternative realistiche (BATNA, LAA, MDO)
- Definizione della ZOPA
- Tecniche di pianificazione anticipata delle concessioni
- Uso della leva negoziale e dei parametri multipli

Tecniche negoziali avanzate

- Matrice delle 4 strategie (Forza, Partnership, Commodity, Leva)
- Negoziazione multi-parametro: scacchiera avanzata
- Target price negoziale e contropartite
- Approccio sistemico e modelli complessi (negoziare a più fasi e attori)
- Gestione delle deadlock e delle interruzioni

Comunicazione nella negoziazione

- Gestione della relazione: empatia, assertività, presenza
- Comunicazione verbale e non verbale: tecniche avanzate
- Ascolto attivo profondo e riformulazione
- Tecniche di domande per influenzare la controparte
- Comunicazione strategica (fase di apertura, esplorazione, proposta e chiusura)
- Strumenti di comunicazione indiretta (mail, report, recap)

Venditori

- Le 5 regole d'oro del Venditore
- Le 7 Trappole del Buyer
- I cursori del potere negoziale
- Le tecniche negoziali del fornitore

Psicologia e comportamento negoziale

- Stili comportamentali: modello DISC e Thomas-Kilmann
- Bias cognitivi e distorsioni nel processo decisionale
- Gestione delle emozioni nella trattativa
- 6 errori comportamentali tipici e come evitarli
- Costruzione della fiducia e uso del linguaggio positivo

Gestione del conflitto

- Riconoscere i segnali precoci di conflitto
- Tecniche di de-escalation e negoziazione sotto pressione
- Conflitti valoriali, relazionali e strutturali
- Modello Thomas-Kilmann e scelte strategiche nel conflitto

Negoziazione multiculturale e cross-funzionale

- Influenza delle differenze culturali e gerarchiche
- Adattamento di stile e comunicazione
- Gestione di tavoli negoziali internazionali o interni complessi
- Costruzione del consenso in contesti cross-funzionali

Simulazioni e role play

- Simulazioni su casi reali (acquisti, vendita, progetti)
- Role play su gestione del conflitto e su trattative multi-attore
- Riflessione guidata: cosa porto a casa e cosa posso migliorare



A17 - LA NEGOZIAZIONE INTERNAZIONALE

Come essere efficaci nelle negoziazioni interculturali

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

11 giugno 2026 | 18 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Le aziende che acquistano all'estero incontrano quotidianamente sfide interculturali sempre più complesse. Diversità di linguaggio, pensiero e condotta portano ad una radicale differenziazione nelle dinamiche di trattativa. Per avere successo in ambito internazionale diventa fondamentale acquisire tecniche e strumenti specifici che permettano di condurre efficacemente una trattativa internazionale e di negoziare oltre le barriere culturali, con interlocutori provenienti da ambiti e culture differenti.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Acquisti
- Category Buyer
- Buyer specializzati negli acquisti all'estero

Prerequisiti: conoscenza base lingua inglese

APPRENDERETE A...

- Acquisire un modello di negoziazione applicabile in ambito internazionale
- Gestire delle diversità di linguaggio, pensiero e condotta che portano ad una radicale differenziazione nelle dinamiche negoziali
- Definire degli aspetti culturali che definiscono il pensiero, la logica, la comunicazione ed il comportamento delle persone
- Acquisire competenze specifiche di negoziazione, in grado di favorire la riduzione della complessità dei mercati globali e di ottimizzare i rapporti interculturali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Check list negoziali per Paese
- Simulazioni di negoziazione

I PLUS:

La metodologia utilizzata è attiva, in grado di coinvolgere i partecipanti dal primo momento, rendendoli veri protagonisti dell'intervento formativo



A17 - LA NEGOZIAZIONE INTERNAZIONALE

PROGRAMMA

La negoziazione internazionale

- Definizione degli obiettivi di una negoziazione internazionale
- Selezione degli interlocutori
- Conduzione della trattativa
- Gestione del tempo
- Gestione dell'emozione al tavolo della trattativa
- Interazione con differenti livelli decisionali
- Gestione di differenti livelli di propensione al rischio
- Gestione dell'ancora e del suo effetto psicologico sull'esito della trattativa

NEGOZIAZIONE MULTICULTURALE

Negoziare con fornitori globali: abilità relazionali

- Concetto di multiculturalità: competenze trasversali da sviluppare
- Conoscenza delle differenze culturali e del loro impatto sulla negoziazione
- Aspetti sensibili della relazione multiculturale
- Conoscenza di usi e costumi degli interlocutori
- Comportamento, linguaggio e connotazione delle parole
- Codificare il proprio approccio personale all'internazionalità e al fattore multiculturale
- Valutare le proprie doti di empatia e curiosità
- Conduzione di una negoziazione internazionale
- Individuare le logiche individuali e collettive
- Anticipare i rischi di "rigetto" culturale

Negoziare a distanza con fornitori esteri

- Gestione dei tender e delle gare via portali d'Acquisto
- Utilizzo delle aste: downward auction
- Tecniche di negoziazione a distanza specifiche nei rapporti con l'estero
- Utilizzo dell'email come canale di comunicazione e negoziazione
- La gestione negoziale in video-conferenza

Utilizzo della lingua in negoziazione

- L'utilizzo dell'Inglese da entrambi le parti
- L'utilizzo della lingua del Paese d'acquisto
- L'utilizzo e gestione degli Interpreti

Sviluppare la strategia negoziale

- Sviluppare strategia e tattica negoziale attraverso la strategia della scacchiera
- Identificare il BATNA e il punto di resistenza della controparte
- Identificare gli obiettivi della controparte
- Valutare la Zona di Possibile Accordo (ZOPA)

La check list negoziale per Paese

- Cina
- India
- Brasile
- Giappone
- Est Europa
- Nord Europa

Simulazioni in aula di negoziazione

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A18 - TECNICHE DI NEGOZIAZIONE IN PRESENZA, TELEFONICA, IN VIDEOCONFERENZA E PER MAIL

Strumenti e metodi pratici per migliorare i risultati negoziali

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

31 marzo 2026 | 24 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

In questi ultimi anni, l'uso del telefono, videoconferenza e mail per negoziare sono diventate sempre più utilizzate, di conseguenza, possedere ottime conoscenze sulle tecniche negoziali in questi contesti è fondamentale per migliorare i risultati della trattativa. L'uso del telefono, videoconferenza e mail è dovuto spesso a mancanza di tempo, a situazioni d'urgenza o ad ottimizzazioni delle trasferte.

Il corso risponde alle esigenze di tutte le persone all'interno dell'ufficio Acquisti che costantemente usano il telefono, la mail come strumento per i piccoli acquisti, gli acquisti ripetitivi, le rinegoziazioni parziali, ...

Saper essere efficaci con il telefono e via mail fa risparmiare molto tempo e migliora l'efficacia negoziale.

A CHI È RIVOLTO

- Buyer, Compratori
- Approvvigionatori
- Collaboratori e assistenti al servizio acquisti

APPRENDERETE A...

- Sviluppare la strategia negoziale e condurre un'efficace trattativa per telefono, videoconferenza e per mail
- Utilizzare le tecniche e le metodologie più efficaci per migliorare la trattativa d'acquisto telefonica e via mail con il fornitore
- Ridurre tempi e costi d'acquisto utilizzando il telefono o la mail come mezzo per raggiungere più rapidamente gli obiettivi
- Individuare prodotti e condizioni di fornitura che possono essere correttamente trattate per telefono in efficacia
- Strutturare l'intervento telefonico o la scrittura della mail in relazione alle finalità prefissate
- Padroneggiare le tecniche tipiche dell'uso del telefono e della mail

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Come ridurre la probabilità di caduta di efficacia della negoziazione
- Gioco di test: il mio rapporto con il telefono in una trattativa di acquisto
- La scheda per la negoziazione telefonica del fornitore: come costruirla e che tipo di domande fare per acquisire tutte le informazioni necessarie ad una buona negoziazione telefonica
- Role Play telefonici e simulazioni negoziali tra Acquisitori e Venditori
- Esercizi di scrittura via mail
- La check list delle Best Practice negoziali via telefono e mail

I PLUS:

La metodologia utilizzata è attiva, in grado di coinvolgere i partecipanti dal primo momento, rendendoli veri protagonisti dell'intervento formativo



A18 - TECNICHE DI NEGOZIAZIONE IN PRESENZA, TELEFONICA, IN VIDEOCONFERENZA E PER MAIL

PROGRAMMA

Come determinare le situazioni in cui conviene utilizzare una trattativa telefonica, in videoconferenza e via mail

- Quali prodotti/servizi scegliere
- Quali fornitori: nuovi o consolidati?
- Quali le situazioni più idonee: ricerca, precontatto, offerta, definizione contratto, fornitura continuativa...

Le tecniche per comunicare efficacemente al telefono

- Prendere coscienza dei vantaggi e dei limiti del telefono
- Favorire una buona comunicazione
- La conversazione: come comportarsi al telefono

Come gestire il ricevimento delle proposte telefoniche da parte dei venditori

- Saper reagire in maniera positiva
- Identificare rapidamente l'obiettivo della telefonata
- Prendere nota
- Saper prendere posizione
- Valutare l'opportunità dell'offerta; gestire i contatti successivi
- Gestire i casi difficili: fornitori insistenti, fornitori non contenti, ...

Come acquistare per telefono: gestire il colloquio e la trattativa con il fornitore

- Preparare la telefonata per essere più efficaci
- La raccolta delle informazioni: saper domandare per ottenere
- La ricerca delle attese e delle motivazioni del venditore/fornitore
- Come rispondere alle obiezioni
- Come concludere
- Come ottenere l'impegno dei fornitori
- Come trattare le situazioni delicate: reclami, risoluzione di un contenzioso

Come selezionare e qualificare telefonicamente i nuovi fornitori?

- Come aprire il primo contatto telefonico?
- Capire le competenze e la professionalità del fornitore
- Le domande da porre per approfondire, fin dal primo colloquio, le opportunità di prezzo e servizio offerto

Migliorare l'efficacia del sollecito al fornitore per la consegna della merce

- Quando telefonare per verificare l'avanzamento dell'ordine o sollecitare la consegna non ancora effettuata
- Come impostare la telefonata (minaccia, sollecitudine, imposizione, collaborazione, penali, ...) in relazione al fornitore ed alla situazione per ottenere il meglio: gli approci da evitare perché inconcludenti
- Come fare per evitare di sollecitare continuamente il fornitore: le strategie e tattiche più efficaci

Come preparare una negoziazione in videoconferenza

- Preparazione e tecniche di comunicazione
- Gli errori da evitare

La negoziazione via mail con il fornitore

- Le 8 regole per una negoziazione via mail di successo
- Le tattiche di negoziazione via mail
- La richiesta via mail di un Bonus ai fornitori

Le regole di scrittura per essere efficaci nella stesura delle mail

- Come aggiungere tono, consistenza, contesto ed emozione appropriati alle negoziazioni condotte via mail
- Utilizzare degli script da adattare alla specifica situazione

L'utilizzo della mail per gestire con efficacia l'approvvigionamento dei materiali

- La gestione di una non conformità
- La richiesta di una nota di credito
- Il sollecito per ritardi a fornitore

Gli errori da evitare nella negoziazione via mail

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A13 - LA VALUTAZIONE TECNICO ECONOMICA DEI FORNITORI

Come ridurre il rischio di fornitura e migliorare le performance dei fornitori

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 - 10 giugno 2026 | 18 - 19 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

È sempre più strategico garantire la continuità di fornitura (di approvvigionamento e di adempimento contrattuale) dei principali fornitori chiave. Per garantire questo obiettivo è fondamentale poter gestire proattivamente il potenziale rischio dei fornitori, in particolare su:

- solidità economica finanziaria, soprattutto nella situazione economica attuale
- capacità di soddisfare i volumi produttivi richiesti, in relazione alla capacità produttiva attuale e potenziale del fornitore
- garantire il rispetto delle consegne previste, con riferimento a variabilità dei volumi, cambio mix e reattività e flessibilità su specifiche esigenze

La valutazione tecnico ed economica del fornitore, sia preventiva che consuntiva, permette non solo di ridurre il rischio di fornitura, di valutare per migliorare le performance dei fornitori ma anche di valutare le opportunità di crescita e di sviluppo della partnership con i propri fornitori.

La possibilità di praticare e sperimentare in aula esercizi, casi aziendali, applicazioni di strumenti permette di consolidare l'apprendimento della teoria illustrata. La stesura del Piano d'Azione personale permette al partecipante di definire le azioni di miglioramento da implementare al rientro in azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Buyer

APPRENDERETE A...

- Segmentare e razionalizzare la base dei fornitori
- Valutare le best practice nella selezione e qualificazione di nuovi fornitori
- Gestire il Rischio di fornitura
- Valutare il fornitore e gestire il processo di miglioramento delle sue performance
- Sviluppare gli elementi chiave per migliorare le relazioni con il fornitore

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Strumenti di ricerca e qualificazione dei Fornitori
- Sviluppo di un sistema di Supplier Risk Management
- Sviluppo di un sistema di valutazione fornitori (Vendor Rating)

I PLUS:

- Supplier Management Action Plan: realizza quanto hai appreso implementando il piano d'azione sviluppato in aula



A13 - LA VALUTAZIONE TECNICO ECONOMICA DEI FORNITORI

PROGRAMMA

Definire la strategia sui fornitori all'interno della Famiglia Merceologica

- Ricerca e razionalizzazione dei fornitori, sviluppo delle relazioni di partnership

Il processo di qualificazione, valutazione e miglioramento delle performance del fornitore

- Obiettivi ed indicatori di performance: costi totali, qualità, servizio, rischi ed innovazione
- Le fasi: la ricerca e la valutazione preventiva, l'omologazione, la valutazione consuntiva, il miglioramento delle performance

Segmentazione e razionalizzazione della base fornitori

- Le tecniche di razionalizzazione dei fornitori
- Il modello di gestione dei fornitori: partner, ad integrazione operativa, tradizionale
- Lo sviluppo di una partnership col fornitore
- Lo sviluppo di alleanze strategiche e la gestione di contratti a lungo termine

LA VALUTAZIONE DEI FORNITORI

La valutazione preventiva: le tecniche

- Valutazione preventiva e sistemi di qualificazione
- Gli strumenti di valutazione
 - criteri di valutazione per tipologia d'acquisto: qualità, logistica, servizio, solidità finanziaria, competitività e rischi di approvvigionamento
 - la valutazione tecnico-economica dei fornitori
 - audit dei fornitori: gli strumenti per la qualificazione
 - la creazione e la gestione della vendor list preventiva
 - la qualificazione on-line dei fornitori: scelta delle famiglie, tipologia d'acquisto e modalità di realizzazione

Il Supplier Risk Management

Identificazione del rischio

- Le tipologie di rischio: Prodotto, Fornitore, Fonte di approvvigionamento
- Il concetto di Risk Management nella gestione dei Fornitori
- I parametri di rischio: Economico-finanziario e Produttivo e Logistico

Analisi qualitativa e quantitativa del rischio

- La quantificazione dei rischi
- Sistema oggettivo: Indicatori e KPI
- Sistemi soggettivi: la matrice rischio/profitto per Famiglie merceologiche / Fornitori, il sistema AHP per definire i rischi più elevati, il calcolo del rischio in funzione della gravità e probabilità di accadimento

La valutazione economica-finanziaria e commerciale del fornitore

- **Patrimoniale:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura

- **Economica:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Finanziaria:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Commerciale:** attraverso l'analisi della visura Camerale, di Informazioni Commerciali presenti sul mercato (sito internet aziendale, network, informazioni sul web, ...)

La valutazione logistico produttiva e logistica del fornitore

- **Capacità produttiva:** capacità del fornitore di soddisfare i volumi produttivi richiesti (attuali e futuri), in relazione alla capacità produttiva attuale e potenziale del fornitore
- **Livello di servizio:** come garantire il rispetto delle consegne previste anche con riferimento a variabilità dei volumi e cambio mix, oltre al grado di reattività e flessibilità su specifiche esigenze

La visita di audit al fornitore

Come gestire una visita presso il proprio fornitore: chi incontrare e che informazioni raccogliere

Pianificazione della risposta al rischio

Come ridurre i rischi in relazione alla tipologia del fornitore e al grado di criticità dello stesso:

- La gestione del rischio preventivo: action plan per ridurre i rischi
- La gestione del rischio della fornitura: la tutela contrattuale ed assicurativa
- La gestione del rischio a consuntivo: analisi dei risultati e azioni correttive

La valutazione consuntiva: i sistemi di valutazione delle prestazioni

- I criteri di certificazione dei prodotti acquistati: campionatura e verifica
- I sistemi di valutazione: Sistema Categorico, a media ponderata (Vendor Rating), Cost Based
- Vendor Rating per classi merceologiche: parametri, ponderazione, scala di valutazione, elaborazione, report e gestione presso i fornitori
- Il conto economico del fornitore/fornitura per rilevare i costi nascosti: il TCO
- Il Vendor Rating come base per la scelta del fornitore e per il rinnovo contrattuale
- Responsabilizzare il fornitore all'autocontrollo e al miglioramento: il Free Pass e la sua gestione

IL MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE DEL FORNITORE

Il Continuous Improvement delle performance del fornitore

Focalizzarsi sulle attività ad alto valore aggiunto: il Lean Manufacturing, la Value Stream Map del processo del fornitore e la definizione delle azioni di miglioramento



A4 - SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Come migliorare le performance dei fornitori

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

18 - 19 febbraio 2026 | 3 - 4 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Per rimanere competitivi, è necessario cogliere le opportunità che nascono da una stretta collaborazione con i propri fornitori in termini di riduzione dei lead time e miglioramento della qualità e delle performance complessive. L'implementazione del Supplier Relationship Management (SRM), attraverso la riduzione del costo totale di acquisto, trasporto e possesso dei beni e servizi, permette ad entrambe le parti di beneficiare di una riduzione globale dei costi e di un miglioramento del servizio. Il fornitore che applica i concetti della Lean Manufacturing (value stream mapping, caccia agli sprechi, design to cost, early involvement, ...) facendo proprie le esigenze logistico-produttive del cliente, si focalizza sulle attività a valore aggiunto con conseguente miglioramento delle performance d'acquisto. Il corso offre un quadro complessivo del processo di analisi, valutazione e miglioramento delle performance anche attraverso l'applicazione dei principali strumenti Lean di miglioramento del processo del fornitore.

A CHI È RIVOLTO

Il corso è rivolto a tutti i professionisti degli Acquisti che vogliono sviluppare e consolidare il processo di miglioramento delle performance del fornitore:

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer

APPRENDERETE A...

- Migliorare le competenze di gestione della Supply Chain con il fornitore
- Implementare il SRM in ottica di miglioramento continuo e sviluppare gli elementi chiave per migliorare le relazioni con il fornitore
- Capire i benefici dell' "early involvement" del fornitore nel processo d'acquisto
- Valutare le best practice nel cercare, selezionare e qualificare i fornitori con la metodologia "Strategic Sourcing"
- Sviluppare il processo di alleanze strategiche con il fornitore
- Segmentare e razionalizzare la base dei fornitori
- Implementare i concetti di Lean Manufacturing integrandoli con il processo del Fornitore
- Valutare il fornitore e gestire il processo di miglioramento delle sue performance
- Avere un inquadramento contrattuale per differenti tipologie di acquisto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Strumenti e tecniche di ricerca e qualificazione dei Fornitori
- Applicazione della Value Stream Map al processo d'acquisto e al processo del fornitore
- Sviluppo di un sistema di valutazione fornitori (Vendor Rating)
- Discussione di 2 casi di sviluppo delle relazioni con il fornitore attraverso lo Strategic Sourcing e il Supplier Relationship Management
- Sviluppo di sessioni di early involvement del fornitore con la metodologia Design to Cost

I PLUS:

La possibilità di praticare e sperimentare in aula esercizi, casi aziendali, applicazioni di strumenti permette di consolidare l'apprendimento della teoria illustrata

Supplier Management Action Plan: realizza quanto hai appreso:

- implementando il piano d'azione sviluppato in aula
- confrontandoti con il docente anche dopo la fine del corso



A4 - SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT

PROGRAMMA

I tre principali assi per il cambiamento

- Definire e sviluppare il Supplier Relationship Management (SRM)
- Migliorare l'integrazione della Supply Chain con i fornitori
- Le fasi di integrazione con il fornitore riferito allo Score Model

La definizione delle strategie sui Fornitori (Supplier Strategy)

- Segmentazione e razionalizzazione dei fornitori
- Definizione del tipo di relazione/alleanza sviluppare: processo, fattori di successo, barriere, ...
- Strategic & Global sourcing

Il modello di relazione con i fornitori (Supplier Relationship Model)

- Dalla segmentazione dei fornitori alle modalità di gestione delle relazioni con i fornitori: partner, integrato e normale
- Il modello operativo di gestione per ogni tipologia di relazione in funzione di: Sviluppo Prodotti, Qualità, Logistica, Costi, Rapporti contrattuali e Sistema di valutazione

La gestione delle relazioni con i fornitori

- Fiducia e credibilità elementi essenziali per la costruzione di una buona relazione con i fornitori
- La gestione di buone relazioni con il fornitore per ottenere benefici nel breve, medio e lungo termine
- Le linee guida per ottenere e gestire relazioni di successo con il fornitore
- Essere leali: dare tutti i fornitori qualificati pari opportunità di competere
- Mantenere l'integrità: i prezzi di un fornitore sono riservati e non dovrebbero mai essere condivisi con un altro fornitore, per qualsiasi motivo
- Essere onesti: non "gonfiare" le richieste per ottenere un prezzo vantaggioso: negozia in buona fede
- Essere etico: ogni decisione deve essere libera da qualsiasi considerazione personali o vantaggi
- Essere cortesi
- Essere ragionevole: un fornitore ha diritto a un equo profitto
- Pagare prontamente

Sviluppare l'early involvement nei confronti del fornitore

- L'applicazione del Design to Cost nello sviluppo del prodotto con il fornitore
- Come sviluppare i Commodity Team orientati alla riduzione del Costo Totale d'Acquisto

Come focalizzarsi sulle attività ad alto valore aggiunto: applicare le tecniche del Lean Manufacturing al Fornitore

- Le basi della Lean Manufacturing
- La value stream map del processo del fornitore e la stesura delle azioni di miglioramento
- Applicare le tecniche di Lean-Six Sigma al fornitore

Evoluzione delle relazioni con il fornitore

- Sviluppare le skill necessarie per gestire buone relazioni
- Definire gli elementi chiave per costruire le relazioni con i fornitori: comunicazione, fiducia e credibilità come elementi chiave

Le tecniche di misura e miglioramento delle performance dei fornitori

- Il marketing d'Acquisto: trovare, qualificare e sviluppare fornitori competitivi
- L'audit del processo del fornitore in ottica Lean
- L'analisi, la valutazione ed il miglioramento delle performance del fornitore: come sviluppare il Vendor Rating
- Come ridurre il costo totale d'acquisto migliorando la qualità ed il servizio del fornitore: il modello TCO (Total Cost of Ownership)

La Purchasing Social Responsibility nei confronti del fornitore

- Aspetti etici e contrattuali nei confronti del fornitore
- Etica e comportamenti
- I principi contrattuali
- La check list per la stesura e la verifica di un buon contratto



A24 - SUPPLIER RISK MANAGEMENT

Valutare, gestire e ridurre i rischi di fornitura

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

2 aprile 2026 | 30 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

In questi anni è diventato sempre più strategico garantire la continuità di fornitura (di approvvigionamento e di adempimento contrattuale) dei principali fornitori chiave.

Per garantire questo obiettivo è fondamentale poter gestire proattivamente il potenziale rischio dell'acquisto e a consuntivo attivare un piano di risposta e risoluzione del rischio.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Buyer

APPRENDERETE A...

- Valutare il rischio di fornitura
- Calcolare l'indice di Rischio
- Identificare le azioni di mitigazione del Rischio
- Sviluppare un modello di gestione del Rischio

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Identificare i principali parametri di Rischio: economico-finanziario, produttivo-logistico
- Impostazione del modello di analisi del Rischio
- Calcolo del KRI (Key Risk Index)
- Creazione della Check List di riduzione del Rischio di fornitura

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi pratici
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



A24 - SUPPLIER RISK MANAGEMENT

PROGRAMMA

Identificare il rischio

- Identifica le tipologie di rischio: Prodotto, Fornitore, Fonte di approvvigionamento
- Quantifica i rischi con i KRI (Key Risk Indicator)

Valuta il Rischio dei fornitori attraverso l'analisi

- **Patrimoniale:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Economica:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Finanziaria:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Commerciale:** attraverso l'analisi della visura Camerale, di Informazioni Commerciali presenti sul mercato (sito internet aziendale, network, informazioni sul web, ...)
- **Produttiva e logistica:** capacità produttiva e livello di servizio

Pianifica la risposta al rischio: ridurre i rischi in relazione alla tipologia del fornitore e al grado di criticità:

- La gestione del rischio preventivo: action plan per ridurre i rischi
- La gestione del rischio della fornitura: la tutela contrattuale ed assicurativa
- La gestione del rischio a consuntivo: analisi dei risultati e azioni correttive

Implementa il piano d'azione

- Creare un Piano Operativo per Categoria Merceologica orientato alla riduzione del Rischio
- Pianificare e implementare azioni correttive per ridurre il Rischio
- Identificare i KRI e sviluppare il Reporting per misurare e gestire le azioni di riduzione dei Rischi

Esercitazioni

- Il Calcolo dei KRI (Key Risk Indicator)
- Sviluppo di un sistema di Supplier Risk Management

Case Study:

- discussione su un case study realizzato



A22 - ACQUISTI ETICI E SOSTENIBILI

Come progettare ed implementare un programma di sostenibilità della catena di fornitura

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 - 17 marzo 2026 | 28 - 29 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La norma ISO 20400 (standard internazionale per gli acquisti sostenibili) ha come obiettivo di definire le modalità per effettuare scelte di acquisto coerenti e sostenibili e di monitorare l'intera catena di approvvigionamento sotto l'aspetto ambientale ed etico.

Il corso si prefigge dunque di esaminare la normativa ISO 20400, sia per consolidare la comprensione delle linee guida, sia comprendere come realizzare l'integrazione della sostenibilità nella strategia politica d'acquisto per essere anche un fattore di successo aziendale e per definire le modalità operative per definire ed implementare un Progetto d'Acquisto Etico e Sostenibile.

A CHI È RIVOLTO

- Direzione Acquisti e Supply Chain
- Responsabili Corporate Social Responsibility / Sostenibilità

APPRENDERETE A...

- Comprendere le indicazioni della Norma ISO 20400
- Comprendere gli elementi base per avviare le iniziative di sostenibilità negli acquisti
- Progettare ed implementare una catena di fornitura sostenibile
- Comprendere i principali criteri per la valutazione delle performance di sostenibilità dei fornitori
- Fissare le metriche e i KPI di valutazione
- Coinvolgere le funzioni interne, clienti e i fornitori
- Illustrare best practice di progettazione sostenibile degli acquisti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi critica di alcuni casi di buone e cattive pratiche
- Valutazione del profilo di sostenibilità dei fornitori
- Rendicontazione dei risultati
- Case study di aziende leader che hanno applicato con successo progetti etici e sostenibili negli Acquisti

I PLUS:

Utilizzo di case studies ed esempi pratici

A fine corso il partecipante definirà un piano d'azione per identificare le principali opportunità ed idee emerse da implementare nella propria azienda



A22 - ACQUISTI ETICI E SOSTENIBILI

PROGRAMMA

Premessa

- Cosa è la Corporate Social Responsibility: contesto, aspetti, criticità, opportunità, benefici, situazione in Italia e all'estero, case study e buone pratiche
- Link tra la ISO 26000 e la ISO 20400

Struttura e finalità della norma ISO 20400

I principi di approvvigionamento sostenibile

Integrare la sostenibilità nella politica e strategia di approvvigionamento dell'organizzazione

- Impegno per un approvvigionamento sostenibile
- Chiarire la responsabilità
- Allineamento dell'approvvigionamento con obiettivi e traguardi organizzativi
- Comprensione delle pratiche di approvvigionamento e delle catene di approvvigionamento
- Gestione dell'implementazione

Come organizzare la funzione di Acquisti verso la sostenibilità

- Governare il processo d'acquisto: Procedure e sistemi
- Identificazione e coinvolgimento degli stakeholder
- Definizione delle priorità di approvvigionamento sostenibile
- Misurazione e miglioramento

Progettare ed Integrare la sostenibilità nel processo di approvvigionamento

- I Criteri Ambientali Minimi e le certificazioni da essi richiamate
- La mappatura dei rischi nella catena di fornitura
- Integrazione dei requisiti di sostenibilità nelle specifiche
- L'introduzione di criteri di sostenibilità nei processi di pre-qualifica, qualifica e monitoraggio

Implementare i progetti di sostenibilità nella catena di fornitura

- Le strategie per coinvolgere ed impegnare i clienti interni
- Modalità di coinvolgimento dei fornitori
- Criteri di valutazione del profilo di responsabilità dei fornitori

Governare il processo di sostenibilità in azienda

- Quali risorse sono necessarie e quali sono accessorie per supportare il progetto
- Come governare, monitorare, rendicontare e comunicare

Esempi di buone pratiche e le strategie avanzate con benchmark a livello internazionale

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A5 - ASPETTI CONTRATTUALI DEGLI ACQUISTI

Garantire la sicurezza del contratto in tutte le sue fasi

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 - 26 maggio 2026 | 16 - 17 novembre 2026 Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Gli aspetti legali e contrattuali sono critici e molto importanti per gestire correttamente il rapporto con il fornitore e garantire la sicurezza contrattuale all'azienda. Tutti i professionisti degli Acquisti dovrebbero conoscere i diritti, le responsabilità e le obbligazioni per tutelare l'azienda nell'acquisto di Beni e Servizi. Capire la normativa, la struttura di un contratto, le clausole necessarie permette di evitare malintesi, criticità e sviluppare relazioni efficaci e produttive nei confronti del fornitore.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer

APPRENDERETE A...

- Gestire e condurre le relazioni con il fornitore dal punto di vista contrattuale
- Comprendere la normativa che governa gli acquisti di Beni e Servizi
- Capire le obbligazioni e responsabilità etiche, legali e contrattuali dell'acquirente
- Identificare gli elementi chiave necessari per definire correttamente i contratti con i fornitori di Beni e Servizi
- Strutturare contratti efficaci
- Evitare di porre in essere trattative precontrattuali scorrette
- Fornire agli Acquisti un approccio metodologico, omogeneo e condiviso relativo alle attività contrattuali con i fornitori in particolare su:
 - condizioni generali d'acquisto
 - contratti aperti e chiusi
 - convenzioni
 - accordi Quadro
- Conoscere l'impatto legale delle transazioni elettroniche
- Saper valutare i diversi rimedi legali in caso di inadempimento contrattuale
- Avere una sintesi efficace sulla contrattualistica internazionale e sui contratti sottoscritti con la Pubblica Amministrazione

I PLUS:

- Durante il corso:
- verranno proposti numerosi esempi di contratti
 - verranno discussi con il docente eventuali i contratti portati dai partecipanti
 - verrà fornita una check list contrattuale per verificare la correttezza dei propri contratti



A5 - ASPETTI CONTRATTUALI DEGLI ACQUISTI

PROGRAMMA

IL CONTRATTO IN GENERALE

- Il Contratto in generale
- Nozioni giuridica di Contratto
- Normativa di riferimento
- Gli elementi essenziali
- Gli elementi accidentali
- La tutela dell'affidamento
- Come condurre le trattative precontrattuali
- Gli effetti del Contratto
- La Rappresentanza e la Procura
- L'Invalidità ed Inefficacia
- La Conversione e la Rinnovazione del Contratto nullo
- L'Interpretazione del Contratto
- L'Integrazione contrattuale
- L'Esecuzione del Contratto

CENNI SUI CONTRATTI "PRIVATISTICI" DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

- I Contratti Ordinari (o di Diritto Comune) e i Contratti di Diritto Speciale D.Lgs 36/2023
- I Contratti di Diritto Speciale

CENNI SU TALUNE NORMATIVE SPECIALI CHE INFLUENZANO IL CONTRATTO

- D.Lgs. 196/2003 e del GDPR n° 697/216 D.Lgs 101/2018 "Codice in materia di protezione dei dati personali"
- D.Lgs. 81/2008 "Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro"
- D.Lgs. 231/2001 "Responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica"

SITUAZIONI SUCCESSIVE ALLA STIPULAZIONE DI UN CONTRATTO

- Che cosa comporta l'adempimento del Contratto
- I Rimedi legali in caso di inadempimento contrattuale
- La Responsabilità contrattuale
- La Responsabilità extracontrattuale
- La Responsabilità solidale in tema di Appalti
- Le principali forme di inadempimento contrattuale e le relative possibili tutele
- Come regolarsi di fronte alle clausole vessatorie
- Le formule di autotutela del compratore
- I casi nei quali si ha la risoluzione di diritto del Contratto
- Le Garanzie e la responsabilità civile del produttore-fornitore per difettosità del suo prodotto

CONTRATTI TIPICI E CONTRATTI ATIPICI

- Le Differenza tra Contratti Tipici ed Atipici
- La Compravendita
- La Somministrazione
- L'Appalto
- Il Contratto d'Opera
- La Subfornitura
- Contratti accessori alla vendita (Trasporto e Spedizione)
- La stipulazione di rapporti contrattuali via internet: quale impatto nella contrattualistica

CENNI SUI CONTRATTI INTERNAZIONALI

- Le Tecniche di redazione di un Contratto internazionale
- La Struttura dei contratti internazionali
- Le Controversie internazionali
- Altri documenti (N.D.A.; L.O.I.; R.F.P. ecc)

SESSIONE 'LA TEORIA IN PRATICA'

- Come si progetta e redige il Contratto
- Esempi di Redazione di Contratti e definizione delle singole Clausole
- I partecipanti potranno assistere in aula alla redazione simulata step by step di un corretto Contratto di fornitura Beni o prestazione di Servizi



A14 - CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

Prevedere e superare le criticità della negoziazione e della stipulazione

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

17 aprile 2026 | 2 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Le numerose problematiche che le imprese italiane oggi si trovano ad affrontare nei rapporti professionali con i propri clienti ed interlocutori esteri, dipendono talvolta da un mancato adeguamento, al proprio interno, di draft e modelli contrattuali al passo con il continuo evolversi della normativa in ambito internazionale. Negoziare e stipulare i contratti internazionali impone l'uso di tecniche poco familiari ai non addetti ai lavori. Questo corso rappresenta un percorso didattico che, partendo dall'inquadramento scientifico dei singoli argomenti, intende illustrare e approfondire gli aspetti base della contrattualistica internazionale, tanto nella fase di stesura quanto nella (eventuale) fase successiva di risoluzione delle controversie, offrendo, con un approccio eminentemente pratico, una visione complessiva dei principali temi della contrattualistica internazionale.

L'obiettivo è quello di permettere ai partecipanti di orientarsi con maggiore sicurezza e spirito critico in questa complessa materia, fornendo loro gli strumenti di gestione e negoziazione delle operazioni commerciali con l'estero e le tecniche di redazione dei contratti internazionali.

Si tratta in particolare di comprendere il significato e la portata della legge applicabile al contratto e di guidare i partecipanti attraverso l'individuazione dei mezzi di risoluzione delle controversie: scelta del foro, arbitrato, ecc. A questa parte generale seguirà l'analisi di alcuni aspetti critici dei contratti utilizzati più frequentemente nel commercio internazionale (vendita, agenzia, distribuzione).

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer
- Responsabile Ufficio Legale

APPRENDERETE A...

- Conoscere le fonti del diritto internazionale privato e individuare la legge applicabile
- Identificare le diversità rispetto a un contratto nazionale
- Saper acquisire le competenze necessarie volte a stipulare adeguati contratti internazionali inserendo le necessarie garanzie a tutela dell'impresa ed evitando le clausole più rischiose
- Conoscere le conseguenze della diversità quanto alla legge applicabile e alla risoluzione delle controversie
- Ricorrere alla risoluzione alternativa delle controversie, conciliazione e mediazione con le controparti estere
- Cercare di marginare le criticità dovute dalla mancanza di un contesto normativo omogeneo, dalle differenze di lingua, di cultura economica e giuridica tra gli interlocutori, nonché dalle differenze nella modalità di redazione dei contratti stessi
- Analizzare gli strumenti di tutela della proprietà intellettuale all'estero

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi di taluni draft aventi ad oggetto sia i contratti internazionali più frequentemente utilizzati nel commercio internazionale che altri importanti documenti internazionali (NDA, LOI ecc)

I PLUS:

Durante il corso:

- verranno proposti numerosi esempi di contratti
- verrà fornita una check list contrattuale per verificare la correttezza dei propri contratti



A14 - CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

PROGRAMMA

Contratti internazionali: condizioni generali di contratto e clausole ricorrenti

- Nozione e caratteristiche generali del contratto internazionale
- I problemi relativi alla negoziazione e stipulazione
- L'uso dei modelli di contratto – la lingua del contratto
- Contratto scritto e orale: i rischi legati all'assenza di un contratto scritto
- Le tecniche di redazione di un contratto internazionale
- L'uso di condizioni generali e la c.d. battle of the forms
- La formazione del consenso (trattative): le fasi della negoziazione nella contrattazione internazionale
- La struttura dei contratti internazionali
- Le singole clausole "tipiche" dei contratti internazionali: interpretazione, force majeure, hardship, clausola penale, confidenzialità, ...
- La cessazione del contratto e la legge applicabile

Documenti pre-contrattuali utilizzati nella negoziazione di contratti internazionali di natura complessa

- Non-Disclosure Agreement (NDA) o Confidentiality Agreements
- Feasibility Studies
- Letters of Intent (LOI) o Memorandum of Understanding (MOU)
- Lock-out Agreement
- Lettere di Patronage ed altri documenti simili

Risoluzione delle controversie transnazionali avanti il giudice interno

- Normativa di riferimento
 - Il Regolamento (UE) n. 1215/2012
 - Il Regolamento (CE) n. 44/2001
 - Le Convenzioni di Bruxelles e di Lugano
 - La Legge n. 218/1995
- Le Controversie internazionali
- La scelta o l'individuazione della Legge applicabile
- Scelta del Foro e/o dell'Arbitrato
- Conciliazione, mediazione e arbitrato quali metodi di risoluzione delle controversie "alternativi" alla giurisdizione ordinaria

I Tipi contrattuali più comuni nella prassi del commercio internazionale

- Contratti tipici nell'Ordinamento giuridico italiano ed atipicità dei contratti nella prassi del commercio internazionale
- Sale of goods Agreements
- Le obbligazioni del venditore
- Le obbligazioni del compratore

Le Joint Ventures; contratti di licenza e trasferimento di tecnologia

- Le Joint Ventures
- I Contratti di licenza e trasferimento di tecnologia
- Tutela della proprietà intellettuale

Sessione 'La teoria in pratica'

- Esempi di Redazione di Contratti e definizione delle Clausole
- I partecipanti potranno assistere in aula alla redazione simulata step by step di un contratto internazionale di acquisto



A6 - L'ACQUISTO DI MATERIALI INDIRETTI E SERVIZI

Ottimizzare le prestazioni in termini di costi, qualità e servizio

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

14 - 15 aprile 2026 | 11 - 12 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Gli acquisti di servizi e spese generali costituiscono un bacino consistente di risparmio e miglioramento delle performance, anche per le aziende che hanno già ottimizzato gli acquisti di materiali diretti. Per ottimizzare gli acquisti di servizi è però necessaria una migliore conoscenza delle loro specificità e l'attuazione di metodologie di acquisto specifiche e differenziate per tipologia di servizio o materiale indiretto.

A CHI È RIVOLTO

- Buyer con esperienza che desiderino migliorare le proprie tecniche di acquisto di servizi
- Responsabili Acquisti
- Responsabili Servizi Generali

APPRENDERETE A...

- Individuare le peculiarità del processo di acquisto di servizi
- Valutare obiettivamente il livello di servizio reso dai fornitori
- Impostare un'analisi del valore del servizio
- Ottenere migliori condizioni prezzo-qualità e consegna-servizio da parte dei fornitori
- Instaurare rapporti di fiducia con i fornitori per semplificare il proseguimento dei rapporti di fornitura
- Conoscere le clausole contrattuali dei contratti di acquisto di servizi
- Fornire un servizio migliore ai clienti interni

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esempio di scelta di un fornitore di servizi
- Strumenti forniti ai partecipanti: Check list metodologica per la gestione del processo d'acquisto, la matrice di valutazione delle offerte, la scheda trattativa

I PLUS:

- Durante il corso:
- Verranno proposti numerosi esempi di casi
 - Verranno discussi con il docente le esperienze per ogni acquisto di tipologie di servizi



A6 - L'ACQUISTO DI MATERIALI INDIRETTI E SERVIZI

PROGRAMMA

Il processo d'Acquisto dei Servizi e Materiale Indiretto

- Obiettivo: massimizzare il Valore d'Acquisto
- Metodologie e strumenti per la gestione del processo di acquisto di materiale indiretti
- Metodologie e strumenti per la gestione del processo di acquisto di un servizio

La classificazione dei Servizi e Materiali Indiretti

- Le tipologie di Materiali Indiretti
- Servizi alla persona
- Servizi all'immobile
- Servizi all'impresa

Metodologie e strumenti per il processo di acquisto di un servizio

- Il ruolo degli acquisti e del cliente interno nel processo d'acquisto
- Il Modello organizzativo per la gestione del processo acquisto: Acquisti in Team
- Capitolato d'oneri funzionale ed analisi del valore di una prestazione
- Standardizzazione di prodotti e servizi
- I parametri di valutazione dei fornitori: aspetti economici e qualitativi del servizio da erogare
- L'analisi comparativa delle offerte
- La negoziazione con i fornitori
- La stesura di un contratto per garantire la sicurezza contrattuale
- Modalità di valutazione del servizio erogato

Le caratteristiche d'Acquisto per le differenti tipologie di Servizi e Materiale Indiretti:

- Le tipologie di Materiali Indiretti:
 - IT
 - Materiale di Marketing e Comunicazione
 - Materiale di consumo
- Servizi alla persona
 - Servizio di pulizia civile ed industriale
 - Servizio di cortesia
 - Servizio di disinfestazione
 - Distributori automatici
 - Travel
 - Ristorazione - mensa aziendale

- Servizi all'immobile ed impianti
 - Manutenzione impianti
 - Manutenzioni immobili
 - Manutenzione del verde esterno
 - Servizio di vigilanza
- Servizi all'impresa
 - Reception, portierato, Centralino - call center
 - Gestione fotocopiatrici
 - Gestione telefonia aziendale
 - Gestione flotta aziendale
 - Servizi di distribuzione e logistica
 - Prestazioni intellettuali

Come misurare le performance erogate dai fornitori

- Gli strumenti per il controllo del servizio
- La misurazione delle prestazioni di servizi
- La valutazione della conformità delle prestazioni
- I Service Level Agreement (SLA) contrattuali

L'analisi del valore per un servizio

- L'analisi del valore come risultato della correlazione tra analisi funzionale e analisi di costo
- Analisi di costo: definizioni e modalità applicative
- I passi fondamentali dell'analisi
- L'analisi funzionale
- Gli strumenti di supporto all'analisi:
 - Creazione dei parametri di comparazione ed attribuzione dei pesi attraverso la metodologia AHP
 - La comparazione delle soluzioni (funzionalità + costo)



A21 - LA SHOULD COST ANALYSIS PER DEFINIRE I TARGET PRICE NEGOZIALI

Una metodologia strutturata per ridurre i costi d'acquisto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

18 - 19 giugno 2026 | 21 - 22 settembre 2026 Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Ottenere prezzi equi e ragionevoli dai fornitori è un obiettivo primario per tutte le aziende. La valutazione dei prezzi attraverso l'analisi dei costi e dei prezzi è un set di competenze essenziali per gli Acquisti per raggiungere questi obiettivi.

Lo Should Costing è il processo di costruzione e comprensione degli elementi che costituiscono il costo di un prodotto o servizio.

La partecipazione a questo corso consente di comprendere ed impostazione l'implementazione della metodologia Should Costing che permette di stimare il breakdown di costo ed i driver che lo influenzano, così da poter avere elementi oggettivi sui quali definire i target price per impostare una negoziazione "Fact-Based" con il fornitore.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Acquisti
- Category Buyer
- Buyer
- Cost Engineer
- Analista Costi
- Industrializzatori

APPRENDERETE A...

- Comprendere la differenza tra analisi dei prezzi e dei costi
- Definire Il modello di costing corretto per stimare i costi del fornitore
- Imparare ad utilizzare strumenti analitici per la determinazione dei principali fattori di costo
- Stimare il costo del componente o del prodotto prima di qualsiasi processo di richiesta di offerta (RFQ)
- Comprendere la struttura dei costi dei fornitori
- Definire con maggiore precisione i costi e i prezzi target dei prodotti
- Verificare l'offerta del fornitore anche in condizioni di single source o monofornitura
- Impostare il processo di ottimizzazione prodotto/processo coinvolgendo il fornitore
- Negoziare i costi con i fornitori con una buona collaborazione senza ridurre il margine del fornitore
- Sviluppare il Modello di Should Costing per i prodotti a Disegno delle principali Categorie Merceologiche
- Definire un modello di Knowledge Management dei Cost Drivers per la stima corretta dei cost

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Definire il modello corretto di calcolo dei costi di prodotto
- Applicazioni e calcolo Should Cost e Target Price per codici a disegno
- Impostare correttamente la negoziazione con i fornitori per raggiungere i target definiti
- La check list per l'applicazione Corretta dello Should Cost

+ I PLUS:

La metodologia didattica utilizzata è interattiva, con l'illustrazione di numerosi casi e la condivisione di casi portati dai partecipanti. A fine corso il partecipante definirà un piano d'azione per identificare le principali opportunità ed idee emerse da implementare nella propria attività e realtà lavorativa.



A21 - LA SHOULD COST ANALYSIS PER DEFINIRE I TARGET PRICE NEGOZIALI

PROGRAMMA

Le criticità nel processo di target costing: processi e strumenti inefficienti rendono più difficile ottenere un target di costo

Determinare il costo di prodotto: i sistemi direct e full costing: vantaggi, svantaggi, quando impiegare l'uno o l'altro

- Il concetto di costing e pricing di prodotto e commessa
- Classificazione dei costi: variabili e fissi, diretti e indiretti
- Attribuzione dei costi diretti e delle quote di struttura
- I costi variabili e i Costi non ricorrenti (investimenti)
- Le configurazioni di costo: dal costo primo variabile al costo pieno aziendale
- Il modello FULL COST per la determinazione del Costo del Prodotto
- Dal Costo del Prodotto alla determinazione del Prezzo d'Acquisto

Utilizzare l'analisi del Conto Economico del Fornitore per l'individuazione di alcuni Cost Drivers

- Cosa si può comprendere dalla lettura del bilancio di un fornitore
- Identificare il Costo del Personale Diretto ed Indiretto
- Calcolare l'incidenza dei principali costi e loro evoluzione
- Valutare l'incidenza degli investimenti del fornitore (Ammortamenti)
- Identificare i Costi Fissi (SG&A)
- Valutare l'utile del Fornitore

Modelli e sistema di preventivazione

- Perché sviluppare un Modello e Strumento di Preventivazione e calcolo dei Costi di prodotto
- I modelli di preventivazione:
- Market: analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Cluster: Analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti omogeni
- Should Cost: calcolo dei cost drivers del prodotto e definizione del prezzo

LA SHOULD COST ANALYSIS: LE 7 FASI DEL PROCESSO DI SHOULD COSTING

- Perché sviluppare un Modello e Strumento di Preventivazione e calcolo dei Costi di prodotto
- I modelli di preventivazione:
- Market: analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Cluster: Analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti omogeni
- Should Cost: calcolo dei cost drivers del prodotto e definizione del prezzo

LA SHOULD COST ANALYSIS: LE 7 FASI DEL PROCESSO DI SHOULD COSTING

1. Raccolta dati: analisi della spesa (q.tà e valore annuo) dei prodotti da analizzare, Distinta Base esplosa valorizzata, Disegno e specifiche, Modelli 3D
2. Definire Il modello di scomposizione Costi da utilizzare: materiali, manodopera, macchina, spese generali, logistica ed utile.
3. Determinazione dei fattori di costo: definizione dei modelli di preventivazione per ogni Cost Driver
 - a. Il costo della Materia Prima
 - b. Il costo del ciclo di lavorazione: tempi cicli e costi ora impianto e manodopera
 - c. I Costi Indiretti: come stimare i costi fissi del fornitore
 - d. Il margine di contribuzione: che utile dobbiamo prevedere al fornitore
 - e. Il calcolo dei costi non Ricorrenti
4. Invio Richiesta d'offerta al fornitore sulla base dei cost driver definiti:
 - Che informazioni richiedere e con quali modalità
 - La progettazione del modulo di richiesta di scomposizione costi
 - Come gestire la resistenza dei fornitori nel fornire i dati richiesti
5. Analisi e valutazione degli scostamenti per ogni Cost Driver:
 - Calcolare lo scostamento % per ogni singolo Cost Driver
 - Definire le cause di scostamento per i Cost Driver con gli scostamenti più elevati
 - Valutare adeguamenti al modello di Should Cost
 - Definire le tipologie di azioni per ridurre la differenza di prezzo
6. Definizione del Target Price negoziale in funzione della Tipologia del Fornitore (dimensioni, terzista, ...)
7. Preparazione della negoziazione con il fornitore: definire una strategia negoziale per ridurre il gap tra prezzo quotato e should cost:
 - Le 10 domande per valutare la capacità di ottenere il Target Price Negoziale (Should Cost)
 - Dalla negoziazione tradizionale alla negoziazione "Fact Based"
 - La negoziazione in Team (Acquisti, Direzione Tecnica, Cost Engineer): ruoli e strategie negoziali
 - Definire gli obiettivi di Target Price con riferimento al ciclo di Vita del Prodotto
 - La Technical Negotiation con il fornitore: preparazione con la scheda trattativa tecnica, convalidare le ipotesi di calcolo, definire argomentazione e modalità di gestione di possibili obiezioni da parte del fornitore



A7 - ACQUISTARE LE LAVORAZIONI MECCANICHE A PREZZO TARGET

Come valutare e calcolare il Target Price da negoziare con i fornitori

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 - 21 aprile 2026 | 19 - 20 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La determinazione dei prezzi d'acquisto di parti meccaniche si basa sulla conoscenza di fattori quantitativi, quali tempi di lavorazione, quantità di materiali e trattamenti utilizzati e di parametri di costo, quali tassi orari e costo unitario dei materiali impiegati. Entrambi sono funzione delle tecnologie, processi utilizzati e caratteristiche dei mercati di fornitura. La capacità di analizzare questi fattori costituisce una componente essenziale della professionalità del compratore. Il percorso formativo proposto, ricco di esempi applicativi e di interazioni tra docente e partecipanti, metterà i partecipanti in condizione di verificare la congruità delle quotazioni dei fornitori.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer
- Preventivisti
- Cost Engineer

APPRENDERETE A...

- Conoscere i fattori quantitativi e i parametri di costo che concorrono alla determinazione del prezzo di acquisto delle lavorazioni meccaniche
- Utilizzare le tecniche più avanzate di analisi dei driver di costo delle forniture di lavorazioni meccaniche, per poterle gestire al meglio
- Familiarizzare con le tecniche di analisi dei cost driver delle forniture

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Definizione delle variabili critiche di un prodotto
- Creazione di tabelle parametriche e grafici di correlazione
- Definizione della matrice comparativa dei costi
- I criteri di preventivazione per lavorazioni per l'asportazione di truciolo
- Le variabili per la revisione del prezzo d'acquisto
- Simulazione di calcolo dei tempi ciclo e valorizzazione del preventivo su diverse tipologie di codici

I PLUS:

- Durante il corso:
- Utilizzo del sistema di Preventivazione mc2
 - Verranno proposti numerosi esempi di casi



A7 - ACQUISTARE LE LAVORAZIONI MECCANICHE A PREZZO TARGET

PROGRAMMA

PARTE 1:

ANALISI COSTI E E CONTABILITÀ ANALITICA

I vari tipi di costo e la definizione del prezzo

- Classificazione dei costi: variabili e fissi, diretti e indiretti
- Attribuzione dei costi diretti e delle quote di struttura

Il costing di prodotto

- Process costing, job order costing, operation costing, ABC
- I metodi di costificazione parametrici
- I metodi di costificazione analitici

I metodi di costificazione basati sui dati storici

PARTE 2:

Utilizzare l'analisi dei costi per definire il target price negoziale

Il processo Negoziale

Strumenti e tecniche per l'analisi e valutazione delle offerte

Identificare e stimare i principali elementi di costo

Definire le leve e le azioni di riduzione del Costo Totale d'Acquisto

Utilizzare l'analisi dei costi per definire il target price negoziale: identificare e stimare i principali elementi di costo

Strumenti e tecniche di analisi del prezzo

- Analisi del prezzo: analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti
- Analisi della struttura dei Costi
- Scheda di Scomposizione Costi
- Matrice di Valutazione dei Costi per determinare il Best Price e il Target Price
- Preventivo Interno
- Gestione a Costi Totali d'Acquisto (TCO)
- Analisi del prezzo per tipologia di fornitore (cost drivers, costi fissi e costi variabili, spese generali, determinazione del target cost e del target price)

Il coinvolgimento dei fornitori nel miglioramento del costo di prodotto

- Condizioni per la creazione di un rapporto di partnership
- Co-design ed early involvement
- Continuous improvement delle specifiche di prodotto (Sessioni prodotto/processo)
- Migliorare il prodotto/processo del fornitore

PARTE 3:

Sessione Applicativa: determinare il target price su codici a disegno attraverso l'utilizzo del sistema mc2)

Dal disegno al ciclo di fabbricazione

- La scomposizione del prodotto in componenti: la distinta base
- Le lavorazioni meccaniche: fasi e loro caratteristiche di processo produttivo
- Determinare il ciclo ottimale di fabbricazione dei componenti

Come sviluppare un sistema di preventivazione per

- Definire i tempi e i costi di ogni fase del ciclo di lavorazione
- Comprendere e misurare i singoli Cost Driver, valutando i singoli BEST COST tra fornitori per determinare il BEST PRICE
- Confrontarsi con i fornitori e negoziare su basi oggettive con il supporto di un preventivo affidabile e basato su parametri di calcolo oggettivi
- Chiedere e condividere con il fornitore azioni di miglioramento sul processo (riattrezzaggi, ciclo di lavorazione, ...)
- Valutare il prezzo proposto dal fornitore
- Argomentare eventuali differenze di tempi e costi di lavorazione
- Negoziare con il fornitore il miglior prezzo
- Supportare le tecnologie nell'analisi delle opportunità di saving tecnico

Elaborazione del preventivo di costo e valorizzazione economica

- Costi diretti: materia prima, costo orario macchina, costo orario manodopera
- Lotti di produzione: di grande, media e piccola serie fino a 5 pezzi lotto
- Costi non ricorrenti: attrezzature, provini, programmazione, ...
- Maggiorazione dei costi per calcolo del prezzo: ricarico gestione materia prima/conto lavoro, ricarico per spese generali e amministrative (SGA), % di utile
- Learning curve: % di riduzione dei costi con riferimento alla curva di esperienza del processo produttivo



A9 - ACQUISTARE STAMPAGGI PLASTICA A PREZZO TARGET

Come valutare e calcolare il Target Price da negoziare con i fornitori

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

3 luglio 2026 | 1 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La determinazione dei prezzi d'acquisto di lavorazioni plastiche si basa sulla conoscenza di fattori quantitativi, quali tempi di lavorazione, quantità di materiale utilizzato e di parametri di costo, quali tassi orari e costo unitario dei materiali impiegati. Entrambi sono funzione delle tecnologie e dei processi utilizzati. La capacità di analizzare questi fattori e di applicare il Cost Breakdown dei costi del prodotto costituiscono una componente essenziale della professionalità del buyer. Il percorso formativo proposto, ricco di esempi applicativi e di interazioni tra docente e partecipanti, metterà i partecipanti in condizione di verificare la congruità delle quotazioni dei fornitori.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer
- Preventivisti
- Cost Engineer

APPRENDERETE A...

- Conoscere i fattori quantitativi e i parametri di costo che concorrono alla determinazione del prezzo di acquisto dei prodotti plastici
- Utilizzare le tecniche più avanzate di analisi dei driver di costo delle forniture di lavorazioni plastiche
- Utilizzare le tecniche di analisi dei cost driver dei prodotti per poter definire dei target price negoziali
- Saper determinare il costo di un oggetto ottenuto per stampaggio plastica mediante l'applicazione dei metodi di preventivazione rapida

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Definizione delle variabili critiche di un prodotto
- Creazione di tabelle parametriche
- Definizione della matrice comparativa dei costi
- I criteri di preventivazione per lo stampaggio plastica
- Le variabili per la revisione del prezzo d'acquisto
- Simulazione di calcolo dei tempi ciclo e valorizzazione del preventivo su diverse tipologie di codici

I PLUS:

- Durante il corso:
- Creazione Scheda Scomposizione Costi per stampaggi plastica e verifica coerenze dei prezzi di prodotti portati dai partecipanti
 - Verranno proposti numerosi esempi di casi



A9 - ACQUISTARE STAMPAGGI PLASTICA A PREZZO TARGET

PROGRAMMA

ANALISI COSTI E ECNTABILITÀ ANALITICA

I vari tipi di costo e la definizione del prezzo

- Classificazione dei costi: variabili e fissi, diretti e indiretti
- Attribuzione dei costi diretti e delle quote di struttura
- Modalità di creazione del prezzo del prodotto (Product Pricing)

UTILIZZARE L'ANALISI DEI COSTI PER DEFINIRE IL TARGET PRICE NEGOZIALE

Strumenti e tecniche di analisi del prezzo

- Analisi del prezzo: analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti
- Analisi della struttura dei costi
 - Scheda di Scomposizione Costi
 - Matrice di Valutazione dei Costi per determinare il Best Price e il Target Price
 - Preventivo Interno
 - Gestione a Costi Totali d'Acquisto (TCO)
- Analisi del prezzo per tipologia di fornitore (cost drivers, costi fissi e costi variabili, spese generali, determinazione del target cost e del target price)

Esercitazione di Analisi di un ciclo di Fabbricazione di stampaggio Plastica

Verranno esaminati tempi di Set Up, tempi di stampaggio, numero figure, recupero sfridi, rifiniture manuali e altri driver di costo

Come sviluppare un sistema di preventivazione e valutazione delle offerte per

- Definire i tempi e i costi di ogni fase del ciclo di lavorazione
- Comprendere e misurare i singoli Cost Driver, valutando i singoli BEST COST tra fornitori per determinare il BEST PRICE
- Confrontarsi con i fornitori e negoziare su basi oggettive con il supporto di un preventivo affidabile e basato su parametri di calcolo oggettivi
- Chiedere e condividere con il fornitore azioni di miglioramento sul processo (riattrezzaggi, ciclo di lavorazione, ...)
- Valutare il prezzo proposto dal fornitore
- Argomentare eventuali differenze di tempi e costi di lavorazione
- Negoziare con il fornitore il miglior prezzo
- Supportare le tecnologie nell'analisi delle opportunità di saving tecnico

Elaborazione del preventivo di costo e valorizzazione economica

- Costi diretti: materia prima, costo orario macchina, costo orario manodopera
- Lotti di produzione: di grande, media e piccola serie fino a 5 pezzi lotto
- Costi non ricorrenti: attrezzature, provini, programmazione, ...
- Maggiorazione dei costi per calcolo del prezzo: ricarico gestione materia prima/conto lavoro, ricarico per spese generali e amministrative (SGA), % di utile
- Learning curve: % di riduzione dei costi con riferimento alla curva di esperienza del processo produttivo

Esercitazione: verifica con i partecipanti delle Costi Orari di Lavorazione, con un focus su presse di stampaggio plastica

Il processo negoziale con il fornitore



A19 - ASPETTI ECONOMICO-FINANZIARI PER GLI ACQUISTI

Sviluppare le competenze economico-finanziarie per Acquisti più efficaci e per ridurre i rischi di fornitura

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

5 - 6 marzo 2026 | 15 - 16 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un buyer efficace deve saper valutare i propri fornitori anche da un punto di vista economico finanziario e analizzare le offerte in termini di adeguatezza economica. Sviluppare delle competenze di natura economico-finanziaria consente di ridurre i rischi di fornitura, saper analizzare il bilancio di fornitori per individuarne punti di forza, debolezza e aree di rischio, analizzare meglio le offerte economiche ricevute, identificando leve negoziali, opportunità di miglioramento e argomentazioni per rigettare aumenti di prezzi. E' utile anche comprendere le logiche per la presa di decisioni di breve (make or buy tattico) o di più lungo periodo (progetti di saving o valutazione economica di investimenti) per contribuire efficacemente a queste decisioni aziendali.

La partecipazione a questo corso consente al buyer di sviluppare anche una delle sue competenze distintive, l'analisi dei prezzi/costi e, di conseguenza, la sua autorevolezza nel gestire la relazione sia con il fornitore che con la propria azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Il corso è rivolto a tutti coloro che si occupano di acquisti (buyer junior e senior, category e commodity manager, responsabili acquisti) e che vogliono approfondire e sviluppare le proprie competenze economico-finanziarie e relative applicazioni negli Acquisti

APPRENDERETE A...

- Analizzare il bilancio di un fornitore, individuando i relativi punti di forza, debolezza e potenziali rischi
- Conoscere e utilizzare i principali indici di bilancio
- Approfondire le proprie competenze sui costi e relative leve negoziali ed argomentazioni con i fornitori
- Analizzare le offerte economiche dei fornitori e loro congruenza
- Effettuare correttamente un'analisi Make or Buy
- Comprendere il concetto di Break Even point e come utilizzarlo negli Acquisti
- Utilizzare concetti di analisi costi (incidenza materie prime, learning curve, ...) per identificare opportunità negoziali
- Valutare progetti di saving e convenienza economico-finanziaria di progetti di investimento
- Capire l'impatto economico delle scorte, il trade off tra lotti d'acquisto e scorte e possibili azioni per ottimizzare costo d'acquisto e scorte

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi del bilancio di fornitori
- Calcolo e analisi dei principali indici di bilancio
- Lettura di report di società di rating delle aziende
- Analisi di costi e lotti di produzione, scomposizione dei costi
- Scelte di make or buy
- Analisi dei rischi di fornitura
- Analisi di Break Even del fornitore
- Valutazione economico-finanziaria di progetti di saving
- Trade off tra sconti quantità e scorte

I PLUS:

Esemplificazione dei concetti trattati con casi ed esempi pratici

A fine corso il partecipante definirà un piano d'azione per identificare le principali opportunità ed idee emerse da implementare nella propria attività e realtà lavorativa



A19 - ASPETTI ECONOMICO-FINANZIARI PER GLI ACQUISTI

PROGRAMMA

Introduzione al bilancio di un fornitore

- I principali documenti di un bilancio
- Chi è interessato alla lettura di bilancio e per quali motivi
- Cosa si può comprendere dalla lettura del bilancio di un fornitore

Stato patrimoniale

- Immobilizzazioni e capitale circolante
- Vedere se il fornitore sta facendo investimenti in immobilizzazioni
- Grado di indebitamento del fornitore
- Il costo del denaro (WACC)

Conto economico

- Andamento del fatturato del fornitore
- Incidenza del nostro acquistato sul fatturato del fornitore
- L'incidenza dei principali costi e loro evoluzione

L'analisi del bilancio del fornitore mediante i principali indici

- Indici di redditività
- Indici di liquidità e rischio di fallimento del fornitore
- Indici di indebitamento e il concetto di leva finanziaria
- Indici di rotazione e giorni di pagamento
- Saper interpretare un report finanziario su un fornitore
- Come utilizzare le informazioni dall'analisi di bilancio con i fornitori

L'analisi dei prezzi e dei costi

- Costi fissi e costi variabili
- Costi di prodotto e di periodo
- Le logiche di preventivazione da parte dei fornitori
- Valutare e utilizzare le opportunità di bundling

Strumenti per analizzare e ottimizzare i costi

- La scomposizione dei costi
- Analisi dei costi e lotti di produzione
- Incidenza e andamento dei costi di materie prime
- Le learning curve
- Il margine di contribuzione e il break even point

Risk Management negli Acquisti

- Identificare i principali rischi di fornitura
- Analizzare i principali rischi
- Definire ed implementare un piano di mitigazione dei rischi
- Il business continuity plan

Analisi di Make or Buy

- Identificare le opzioni
- Costi sorgenti e costi cessanti
- Gli errori frequenti nelle analisi Make or Buy e come evitarli

Acquisti e scorte

- Il costo delle scorte
- I principali KPI delle scorte
- Trovare la migliore soluzione tra lotti di acquisto, sconti e costo delle scorte

Valutazione finanziaria di progetti di saving

- I flussi di cassa e la definizione delle opzioni di progetto
- Il periodo di payback del progetto
- I metodi Discounted Cash Flow per la valutazione dei progetti (VAN, TIR, indice di redditività)

Cenni di Supply Chain Finance

- I principali metodi di Supply Chain Finance
- Possibili opzioni per la nostra azienda e i suoi fornitori

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A20 - L'USO DI EXCEL PER LA GESTIONE E MIGLIORAMENTO DEGLI ACQUISTI

Dalla Spend Analysis alle Gestione delle Performance di Categoria Merceologica

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

29 - 30 giugno 2026 | 17 - 18 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Excel è uno strumento utile ed efficace per la gestione degli acquisti. Le competenze dei buyer ed approvvigionatori nell'uso di Excel sono solitamente al di sotto delle potenzialità di utilizzo dello strumento. Il corso estremamente pratico permette attraverso esercitazioni fatte direttamente su PC di conoscere le principali funzioni di Excel utili per la gestione degli acquisti. Un corso indispensabile per migliorare la conoscenza di excel offrendo la possibilità di ottimizzare il tempo e di disporre analisi utili per gli acquisti.

A CHI È RIVOLTO

Tutti coloro che vogliono acquisire una maggiore competenza nell'utilizzo di Microsoft Excel come strumento di analisi, reporting e gestione degli acquisti

APPRENDERETE A...

- Acquisire le sintassi delle principali funzioni logiche e di ricerca
- Sapere costruire formule
- Ottimizzare i tempi collegando dati fra più tabelle/report
- Presentare analisi avanzate con i nuovi strumenti delle tabelle pivot
- Utilizzare Excel per dare valore al proprio lavoro

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi di applicazione degli strumenti di Excel
- Esercizi di analisi delle performance di acquisti
- Esercizi per creare KPI e reporting degli acquisti

I PLUS:

La metodologia utilizzata è attiva, in grado di coinvolgere i partecipanti dal primo momento, rendendoli veri protagonisti dell'intervento formativo

Il corso è una palestra in cui sperimentare le esercitazioni e le applicazioni di Excel negli acquisti al rientro in azienda



A20 - L'USO DI EXCEL PER LA GESTIONE E MIGLIORAMENTO DEGLI ACQUISTI

PROGRAMMA

COSA È POSSIBILE FARE NEGLI ACQUISTI CON L'USO DI EXCEL

La creazione del budget degli acquisti

- Le diverse tipologie di budget (materiali, investimenti, ...)
- Gestione incrementale o a base zero
- Pianificazione del budget e monitoraggio
- Budget materiali e valutazione scostamenti

La Creazione di un Data Base degli ordini d'acquisto per analizzare le performance degli acquisti

Effettuare una Spend Analysis ed analizzare il trend per categoria merceologica, fornitore, articolo con analisi negli anni

Definire ed analizzare i Saving & Loss per Fornitore, Articolo negli Anni

Analizzare le performance logistiche dei fornitori

LE FUNZIONI DI EXCEL

Realizzare report aggregando dati dalla query sul database: tabelle pivot

- Raggruppare e strutturare i dati
- Pivot e PowerPivot
- Totali e Subtotali per il raggruppamento e strutturazione dei dati
- Formule inseribili nella tabella pivot
- Grafici sulla tabella pivot

Strumenti per personalizzare dei dati e report

- La formattazione avanzata del foglio per dare particolare visibilità a porzioni di report
- Formattazione condizionale basata su formule
- Criteri di convalida delle celle

Le funzioni Excel utili per gli acquisti

- **Funzioni di testo:** ANNULLA.SPAZI, CONCATENA, DESTRA, SINISTRA, STRINGA.ESTRAI

- **Inserire ed estrarre i dati**

- Importare i dati da altre fonti
- Ordinare i dati
- Filtri automatici e filtri avanzati

- **Funzioni statistiche del database**

- DB.SOMMA, DB.MEDIA, DB.MAX, DB.MIN
- DB.CONTA.LAVORI/NUMERI

- **Tabelle pivot**

- Filtri sulla tabella pivot
- Raggruppare e strutturare i dati
- Formule inseribili nella tabella pivot

Le funzioni per realizzare tabelle dinamiche

- Funzioni statistiche condizionate: SOMMA.PIÙ.SE, CONTA.PIÙ.SE
- Funzioni logiche: SE (semplice e a cascata), E, O, SE.ERRORE
- Funzioni di ricerca: CERCA.VERT, CERCA.ORIZZ, CONFRONTA, INDICE
- Funzioni di data e ora: ADESSO, DATA, MESE, ANNO, ...
- Funzioni di testo: ANNULLA.SPAZI, CONCATENA, DESTRA, SINISTRA, STRINGA.ESTRAI, RICERCA.SOSTITUISCI
- Funzioni informative: VAL.VUOTO, VAL.ERR, VAL.NON.DISP, VAL.TESTO, ...
- La funzione SUBTOTALE

Il piano d'azione personale

- Applicare quanto appreso una volta rientrati in azienda
- Stabilire il proprio piano di miglioramento personale



A28 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ D'ACQUISTO

Utilizzare l'IA generativa per migliorare le attività delle principali fasi del processo d'acquisto

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

date

quote di partecipazione IVA esclusa

30 giugno 2026 | 10 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso pratico per comprendere come l'IA può supportare la gestione strategica dei fornitori, la valutazione dei rischi e l'ottimizzazione delle trattative.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Acquisti, Buyer, Category Manager

APPRENDERETE A...

- Comprendere le applicazioni dell'IA nel procurement
- Sperimentare l'impiego dell'IA nei processi di acquisto
- Risparmiare tempo mantenendo l'efficacia operativa
- Esercitazioni, progetti esempi
- Esempi pratici e prompt per ChatGPT
- Numerose simulazioni ed esercitazioni specifiche per il Procurement

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi di applicazione degli strumenti di Excel
- Esercizi di analisi delle performance di acquisti
- Esercizi per creare KPI e reporting degli acquisti

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: ogni partecipante può usare il proprio strumento di IA generativa, rendendo l'esperienza formativa immersiva e personalizzata
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



A28 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ D'ACQUISTO

PROGRAMMA

Identificare i diversi strumenti di IA per gli acquisti

- Introduzione all'IA generativa per il Procurement: contesto, opportunità e sfide
- Mappatura degli strumenti IA utilizzabili negli acquisti: GPT, Gemini, ...
- Individuare i vantaggi dell'uso dell'IA nei processi d'acquisto

Scrivere prompt efficaci e interrogazioni utili per gli acquisti

- Individuare gli elementi chiave per redigere prompt precisi ed efficaci
- Creare richieste efficaci per semplificare le attività quotidiane e ottenere risultati efficaci e operativi

Utilizzare l'IA per sourcing, negoziazione, gestione fornitori

- Associare l'IA alle diverse fasi del processo d'acquisto
- Automatizzare attività ricorrenti e flussi operativi
- Simulazione pratica utilizzando IA dei partecipanti o ChatGPT

Casi d'uso pratici per i buyer

- Ricerca nuovi fornitori
- Analisi e classificazione fornitori: modelli e sistemi di scoring
- Sviluppare una strategia di negoziazione supportata dai dati generati dall'IA
- Automatizzare la redazione di richieste di acquisto o di contratti
- Utilizzare l'IA per analizzare un portafoglio fornitori e identificare opportunità di saving

Integrare e sistematizzare l'uso dell'IA nella funzione Acquisti

- Definire i bisogni reali e gli obiettivi
- Selezionare strumenti adatti e integrabili
- Discussione: rischi, bias, etica e data governance nell'uso dell'IA in ambito acquisti

Creazione del piano d'azione individuale: come portare l'IA nella propria organizzazione

MODALITÀ D'ISCRIZIONE



È possibile effettuare l'iscrizione ad un corso o ad un evento **VALEOin** sia dal nostro sito web www.valeoin.com, compilando il modulo **online**, sia **via fax**, inviandoci il modulo che segue al numero **02.37.92.10.48** o all'indirizzo e-mail info@valeoin.com. Il pagamento deve avvenire contestualmente al ricevimento della fattura. 10 giorni prima della data di erogazione del corso riceverete una mail di conferma con le indicazioni di carattere logistico (sede del corso e orari). Per annullare l'iscrizione è necessario comunicarci la cancellazione in forma scritta (fax o e-mail). In caso di rinuncia scritta pervenuta tra il 7° e il 4° giorno prima della data di effettuazione, vi sarà addebitato il 25% della quota di partecipazione. È possibile sostituire un partecipante in qualunque momento, previa comunicazione del nuovo nominativo via e-mail o via fax.

TAGLIANDO D'ISCRIZIONE

SOCIETÀ ALLA QUALE **INTESTARE** LA FATTURA:

Scansiona il QRCode per accedere alla registrazione online
<https://www.valeoin.com/registrazione-multipla-corsi/>



Ragione sociale: _____

Via _____

CAP _____ Città _____ Provincia _____

Settore di attività _____

P. IVA _____ C.F. _____

DATI PER LA FATTURAZIONE ELETTRONICA

Codice Destinatario: _____ Indirizzo PEC _____

☐ Desidero ricevere la fattura via mail all'indirizzo: _____

NOVITÀ: possibilità di Follow Up in azienda post corso a condizioni riservate

☐ Desidero ricevere maggiori informazioni

DESIDERO ISCRIVERE LE SEGUENTI PERSONE AL CORSO:

Titolo del Corso	Sigla Corso	Data Corso	Modalità di partecipazione
GG/MM/AAAA			
Nome _____	Cognome _____	☐	PRESENZIALE ☐
e-mail _____	Ruolo _____	☐	VIRTUALE ☐

Titolo del Corso	Sigla Corso	Data Corso	Modalità di partecipazione
GG/MM/AAAA			
Nome _____	Cognome _____	☐	PRESENZIALE ☐
e-mail _____	Ruolo _____	☐	VIRTUALE ☐

Titolo del Corso	Sigla Corso	Data Corso	Modalità di partecipazione
GG/MM/AAAA			
Nome _____	Cognome _____	☐	PRESENZIALE ☐
e-mail _____	Ruolo _____	☐	VIRTUALE ☐

Titolo del Corso	Sigla Corso	Data Corso	Modalità di partecipazione
GG/MM/AAAA			
Nome _____	Cognome _____	☐	PRESENZIALE ☐
e-mail _____	Ruolo _____	☐	VIRTUALE ☐

NOME, COGNOME E RUOLO DELLA PERSONA CHE EFFETTUA L'ISCRIZIONE:

Nome _____ Cognome _____ Ruolo _____

Tel. _____ Data _____ Firma _____

COORDINATE BANCARIE PER EFFETTUARE IL PAGAMENTO:

VALEOIN SRL - BANCA: BANCO BPM - IBAN IT71-T-05034-01636-000000029968 - Codice SWIFT - Bic: BAPPIT21AIO

VALEOin, in ottemperanza a quanto disposto dal D.Lgs.196/2003 e dal GDPR679/2016, garantisce la massima riservatezza nel trattamento dei dati forniti, che saranno utilizzati esclusivamente per comunicazione sui nostri servizi offerti e per le nostre elaborazioni amministrative. Siamo a disposizione per correggere o cancellare il vostro nominativo:

Tel.0221.11.81.34 - Fax 0237.92.10.48 - E-mail info@valeoin.com

Ti invitiamo a prendere visione della Ns. PrivacyPolicy sul sito www.valeoin.com

