



LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE

WEBINAR

LA SOLITUDINE DEL BUYER

**RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL
RUOLO DEL BUYER: DALL'OPERATIVITÀ
ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ
STRATEGICHE**

Milano, 13 Maggio 2025



minuti di condivisione **I WEBINAR**



AGENDA

ORE 16.00: IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

- Il contesto in evoluzione: tra supply chain globali, rischio e pressione sui costi. La metafora della "solitudine": cosa significa per un buyer

Ore 16.10 - Le criticità del ruolo

- I 3 livelli di criticità: relazionale, organizzativa, strategica

ORE 16.30 - Azioni migliorative per valorizzare ed evolvere il ruolo del Buyer

16.50 - QUESTIONS & ANSWERS

16.55 - SINTESI E CHIUSURA

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione **I WEBINAR**





Francesco Calì

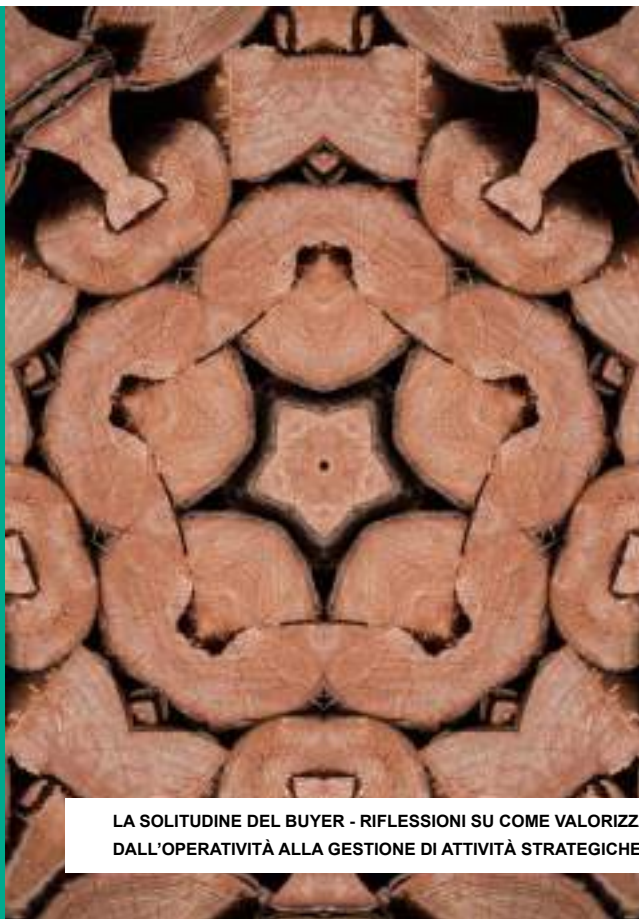
Managing Director VALEO in

Ingegnere, esperto in **Purchasing, Cost Engineering, Supply Chain Management e Manufacturing**, mi occupo di migliorare le performance delle aziende e di sviluppare le competenze delle persone da oltre 30 anni. Mi sono occupato di progetti formativi, di riorganizzazione, di stesura di piani strategici e di interventi di miglioramento delle performance per primarie aziende nazionali.

Alterno l'attività di **consulenza alla docenza** in aula.

Per Franco Angeli ho pubblicato:

- Value Purchasing: Strumenti e tecniche per ridurre il costo totale d'acquisto (2010, nuova edizione 2017)
- Il piano strategico degli acquisti: strategie e tattiche per la riduzione del costo totale d'acquisto (2004).
- Il marketing d'acquisto: strategie e tattiche (con Roger Perrotin, 2002)



IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



6in minuti di condivisione I WEBINAR



IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

IL CONTESTO IN EVOLUZIONE

Tra supply chain globali,
rischio e pressione sui costi

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione **I WEBINAR**



IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

LA METAFORA DELLA "SOLITUDINE" Cosa significa per un buyer

- **COINVOLGIMENTO TARDIVO NEL PROCESSO DECISIONALE**
- **PERCEZIONE OPERATIVA DEL RUOLO**
- **COMUNICAZIONE INTERFUNZIONALE LIMITATA E CONFLITTUALE**
- **PRESSIONE NEL RISOLVERE LE CRITICITÀ QUOTIDIANE E NEL RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI DI SAVING**
- **DEMOTIVAZIONE: MANCANZA DI RICONOSCIMENTO E VISIBILITÀ DEL LAVORO SVOLTO E DEI RISULTATI OTTENUTI**
- **COMPETENZE DA SVILUPPARE**

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione **I WEBINAR**



CHI E' IL BUYER: "RUOLO TRADIZIONALE"



LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE

OBIETTIVO

Garantire l'approvvigionamento puntuale e ottimale di materiali diretti e indiretti necessari alla produzione, nel rispetto degli obiettivi di costo, qualità e tempi di consegna. Il buyer assicura la gestione efficace dei fornitori e contribuisce alla competitività dell'azienda manifatturiera attraverso una strategia di acquisto mirata.

Principali responsabilità

- Gestire l'intero processo di acquisto per le categorie assegnate (materie prime, componenti, servizi industriali ecc.).
- Valutare e selezionare i fornitori secondo criteri di qualità, affidabilità e convenienza economica.
- Richiedere, analizzare e negoziare offerte economiche e condizioni contrattuali.
- Monitorare le performance dei fornitori (on-time delivery, qualità, costi).
- Collaborare con le funzioni Produzione, Qualità, Logistica e R&D per garantire la disponibilità dei materiali in linea con i fabbisogni produttivi.
- Supportare attività di cost reduction e progetti di miglioramento continuo in ambito procurement.
- Gestire gli ordini di acquisto tramite ERP aziendale, assicurando l'aggiornamento dei dati anagrafici e documentali.
- Gestire eventuali non conformità con i fornitori in collaborazione con il team Qualità.
- Effettuare analisi di mercato per individuare nuove opportunità di sourcing.



minuti di condivisione I WEBINAR



CHI E' IL BUYER: "RUOLO STRATEGICO"



LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE

OBIETTIVO

Definire e implementare strategie di acquisto di medio-lungo periodo per le categorie merceologiche assegnate, con l'obiettivo di ottimizzare costi, qualità, rischio e sostenibilità. Il buyer strategico agisce come partner interno per le funzioni aziendali e guida progetti di miglioramento continuo e di innovazione nella supply base.

Principali responsabilità

- Analizzare il fabbisogno e la spesa aziendale per categorie, aree geografiche e fornitori.
- Definire piani di sourcing strategico per categorie critiche (Category Management).
- Identificare e qualificare nuovi fornitori, anche a livello internazionale.
- Condurre negoziazioni complesse su contratti quadro e accordi pluriennali.
- Coordinare gare d'appalto (RFI, RFQ, RFP) e analizzare i risultati attraverso KPI avanzati.
- Valutare rischi nella supply chain e implementare piani di mitigazione.
- Collaborare con R&D, Qualità e Operations nello sviluppo di nuovi prodotti o processi.
- Monitorare l'andamento dei mercati (commodities, valute, geopolitica) per anticipare impatti sugli approvvigionamenti.
- Introdurre criteri ESG negli acquisti e contribuire agli obiettivi di sostenibilità aziendale.



minuti di condivisione I WEBINAR





LE CRITICITÀ DEL RUOLO

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR**



CRITICITÀ RELAZIONALE



- Mancanza di riconoscimento interno
- Difficoltà di dialogo con gli stakeholder interni (progettazione, produzione, qualità, commerciale, ...)
- Percezione del buyer come "operativo"

CRITICITÀ ORGANIZZATIVA



- Scarsa chiarezza nei confini di ruolo:
Ruolo di Buyer – Material Planner Integrato
- Focalizzazione su attività operative, poco tempo da dedicare ad attività a Valore Aggiunto
- Sovrapposizioni con altre funzioni
- Competenze non aggiornate o non espresse

CRITICITÀ STRATEGICA



- Assenza di coinvolgimento nelle fasi di definizione delle strategie
- Visione limitata al breve termine e al saving
- Marginalità nei processi decisionali

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR**





AZIONI MIGLIORATIVE PER VALORIZZARE ED EVOLVERE IL RUOLO DEL BUYER

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR** VALEO 

VALORE & PERFORMANCE

1 VISIONE STRATEGICA



**SVILUPPARE UN PENSIERO
STRATEGICO
DEFINIRE LA DIREZIONE,
CREARE VALORE NEL
LUNGO PERIODO**

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR**

VALEO 

VALORE & PERFORMANCE

2 PIANIFICAZIONE



DALLA STRATEGIA ALL'AZIONE

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR** VALEO 

3 GESTIONE OBIETTIVI ED ORIENTAMENTO AI RISULTATI



DAI TARGET ALLA PERFORMANCE: ECCELLENZA COME MINDSET

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR** VALEO 

4 GESTIONE DELLE PRIORITÀ E DEL TEMPO



FOCALIZZA L'URGENZA E L'IMPORTANZA DELLE ATTIVITÀ

GESTIRE CON EFFICACIA LE RIUNIONI E LE MAIL

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR**

VALEO 
SOLIDITÀ E PERFORMANCE

5 SVILUPPARE IL CATEGORY MANAGEMENT

Il Category Plan è uno strumento fondamentale per orientare le decisioni d'acquisto in modo strategico

Si tratta di un **documento tecnico e operativo** che raccoglie in maniera organica l'**analisi della situazione attuale**, la **mappatura del mercato e dei fornitori**, gli **obiettivi di miglioramento e le attività pianificate**, definite nel rispetto delle risorse disponibili e delle tempistiche condivise

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR**

VALEO 
SOLIDITÀ E PERFORMANCE

6 EVOLVERE COMPETENZE E MINDSET



- **COMPETENZE TECNICHE E METODOLOGICHE**
- **COMPETENZE STRATEGICHE E DI VISIONE**
- **COMPETENZE RELAZIONALI E DI INFLUENZA**
- **COMPETENZE DIGITALI E TECNOLOGICHE**
- **MINDSET E POSIZIONAMENTO PROFESSIONALE**

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione **I WEBINAR**



7 COLTIVARE RELAZIONI INTERNE



- **COSTRUIRE ALLEANZE CON LE FUNZIONI CHIAVE**
- **POSIZIONARSI COME BUSINESS PARTNER INTERNO**

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione **I WEBINAR**



8

RENDERE VISIBILE IL VALORE CREATO



- **KPI CHE MISURANO
IMPATTO, NON SOLO
RISPARMIO**
- **STORYTELLING DEI
SUCCESSI
D'ACQUISTO**

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR**



www.valeoin.com



QUALE COERENZA TRA IMPORTANZA STRATEGICA DEGLI ACQUISTI E POSIZIONAMENTO ORGANIZZATIVO?

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR**



QUALE COERENZA
TRA IMPORTANZA STRATEGICA
DEGLI ACQUISTI E
POSIZIONAMENTO
ORGANIZZATIVO?



LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE

Investiamo nel
considerare gli **Acquisti**
come **Centro di Profitto** e
non di Costo?

Lavoriamo sul processo
d'Acquisto **coinvolgendo** e
corresponsabilizzando il
Cliente Interno sugli stessi
obiettivi?



minuti di condivisione **I WEBINAR**



QUALE COERENZA
TRA IMPORTANZA STRATEGICA DEGLI
ACQUISTI E POSIZIONAMENTO
ORGANIZZATIVO?



LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE

Il **numero di persone** è
idoneo a svolgere
attività strategiche,
tattiche e a valore
aggiunto?

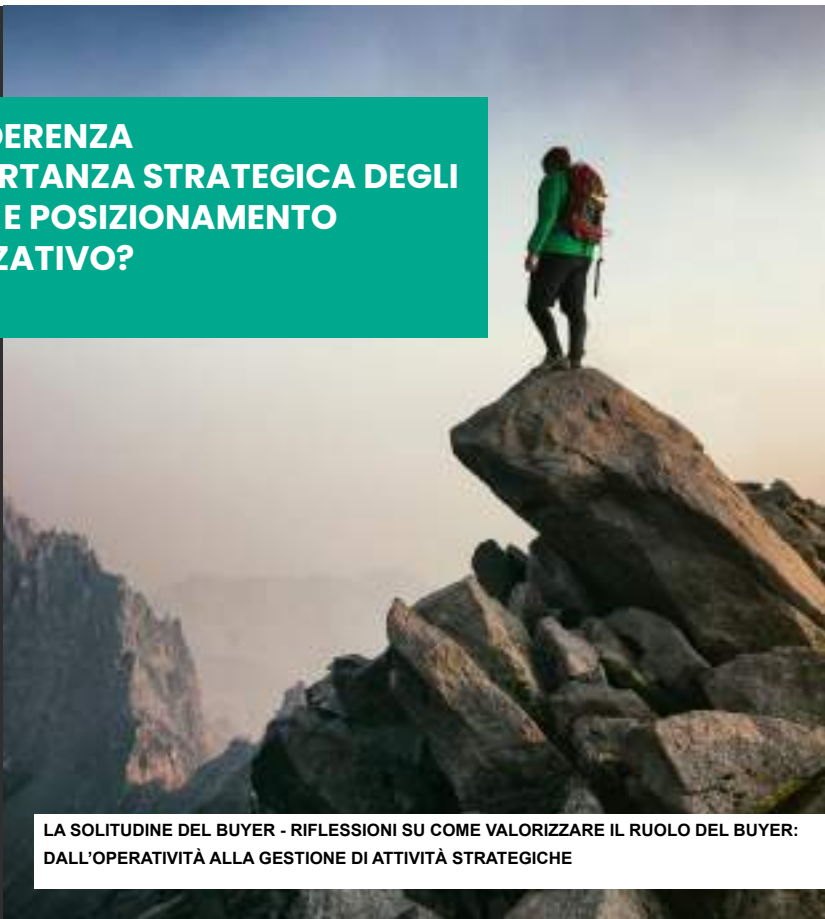
Le **competenze** presenti
sono **idonee** ai Ruoli,
Responsabilità ed
obiettivi degli Acquisti



minuti di condivisione **I WEBINAR**



QUALE COERENZA
TRA IMPORTANZA STRATEGICA DEGLI
ACQUISTI E POSIZIONAMENTO
ORGANIZZATIVO?



LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE

Diamo **obiettivi di miglioramento** delle performance d'acquisto motivando ed incentivando le persone?

Qual è la **credibilità e visibilità** degli Acquisti all'interno dell'azienda?

Come gli Acquisti sono **percepiti** all'interno dell'azienda?



minuti di condivisione | **WEBINAR**



www.valeoin.com



**GENERARE
COMPETENZA**
PER SVILUPPARE IL RUOLO DEL
BUYER PER MIGLIORARE IL
PROCESSO D'ACQUISTO E LE
PERFORMANCE

LA SOLITUDINE DEL BUYER - RIFLESSIONI SU COME VALORIZZARE IL RUOLO DEL BUYER:
DALL'OPERATIVITÀ ALLA GESTIONE DI ATTIVITÀ STRATEGICHE



minuti di condivisione | **WEBINAR**



AREA ACQUISTI

FORMAZIONE IN AZIENDA

UP PROCUREMENT

6 Moduli formativi
pensati per sviluppare e
consolidare le
competenze dei buyer



STRATEGIC SOURCING

Migliorare la Pianificazione Strategica degli



Acquisti CATEGORY MANAGEMENT

Migliorare le performance d'Acquisto per
Categoria



NEGOZIARE CON PROFITTO

Tecniche e Strumenti per una Trattativa di Successo



SUPPLIER DEVELOPMENT

Sviluppo e Gestione delle Relazioni con i Fornitori



RISK MANAGEMENT

Gestire i Rischi nella Supply Chain



SCONFINA-MENTI

Migliorare la relazione con gli Stakeholder interni

AREA ACQUISTI

FORMAZIONE A CATALOGO

27 CORSI

PER 2 EDIZIONI



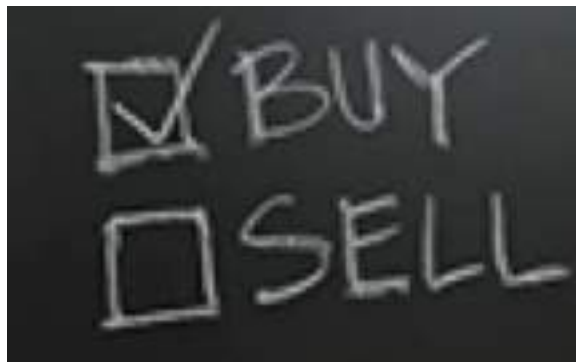
**SCARICA IL
CATALOGO
DELL'AREA
ACQUISTI 2025**

AREA ACQUISTI

FORMAZIONE A CATALOGO

FORMAZIONE PRATICA COMPRATORI

SVILUPPARE LE COMPETENZE PER ESSERE UN BUYER EFFICACE



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.

DATA: 1-2 OTTOBRE 2025

Corso erogato in presenza o Virtual Classroom

POSSIBILITÀ DI FORMAZIONE FINANZIATA

RICHIEDI INFORMAZIONI

AREA ACQUISTI

FORMAZIONE A CATALOGO

NEGOZIARE CON PROFITTO

COME MIGLIORARE LE PERFORMANCE NEGOZIALI NELLA TRATTATIVA D'ACQUISTO



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.

DATA: 7-8 OTTOBRE 2025

Corso erogato in presenza o Virtual Classroom

POSSIBILITÀ DI FORMAZIONE FINANZIATA

RICHIEDI INFORMAZIONI

AREA ACQUISTI FORMAZIONE A CATALOGO

CATEGORY MANAGEMENT

LA GESTIONE STRATEGICA ED OPERATIVA DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE D'ACQUISTO



DATA 1ª EDIZIONE: 28 Maggio 2025

DATA 2ª EDIZIONE: 25 Novembre 2025

Corso erogato in presenza o Virtual Classroom

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.

POSSIBILITÀ DI FORMAZIONE FINANZIATA

RICHIEDI INFORMAZIONI



GRAZIE

PER L'ATTENZIONE

Francesco Cali

Managing Director VALEOin

E: francesco.cali@valeoin.com

M: + 39 393 9780899

www.valeoin.com

CONTATTI

Carlo Strano

Academy Manager VALEOin

E: carlo.strano@valeoin.com

M: +39 347 1940138

www.valeoin.com