

ANALISI DI UN MERCATO DI FORNITURA

La definizione di “mercato” e, in particolare di “mercato di acquisto” non è univoca, né condivisa. Per molti il mercato è il trend dei prezzi, l'introduzione, o la cancellazione, di un nuovo dazio all'importazione, oppure l'avvio di un accordo economico tra stati. Per altri mercato d'acquisto sono gli eventi socio-politici che modificano o addirittura sovvertono il sistema economico di un'area geografica, piuttosto che una catastrofe naturale che annulla improvvisamente un distretto di fornitura. Tutto questo è ciò che muove e modifica un mercato d'acquisto, ma non è il mercato, il quale, molto più semplicemente è un insieme di fornitori, caratterizzato da parametri identificativi di vario genere: di settore merceologico, di appartenenza a un medesimo plesso geografico, di dimensione, di possesso di determinate certificazioni. Il mercato di acquisto è dunque l'insieme, esclusivo, delle fonti di fornitura di un preciso gruppo merce. Il buyer e il category manager hanno la necessità di conoscere il funzionamento dei singoli mercati dei gruppi merce di loro competenza, per apprenderne le dinamiche economiche, l'eventuale stagionalità, i profili dei fornitori, le opportunità di scouting, i rischi di fornitura tipici, la loro evoluzione nel futuro.

OBIETTIVI

- Apprendere i passi per comprendere le dinamiche che influenzano l'andamento dei prezzi così da poter fare previsioni sul loro sviluppo
- Acquisire informazioni su possibili fonti di dati utili per l'analisi dei mercati di fornitura di interesse

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Le dimensioni del mercato (le metriche: valori, volumi, addetti, imprese)
- Mercati globali e locali.
- Distribuzione geografica del mercato; localizzazioni capacità produttive e consumi
- Individuare le applicazioni, i settori di sbocco e i relativi driver
- Catene distributive, punti di accesso per l'acquirente
- Struttura economica del mercato (marginalità, strutture costi)
- Individuare i principali player di mercato, analisi indici di bilancio e benchmark
- Modello di Porter, le forze che regolano il mercato e la catena del valore
- Regolamentazioni, opportunità e rischi
- I fattori che influenzano costi e marginalità
- Modelli predittivi e simulazioni sull'andamento prezzi
- Fonti informative (associazioni di categoria, basi dati, internet)

DURATA

4 ore