COME PREPARARSI AD UNA TRATTATIVA D'ACQUISTO

Giocare d’anticipo per trattare con successo
L2

La trattativa d’acquisto richiede un'accurata preparazione fondata su quattro pilastri: il fornitore, il mercato, la fornitura e il processo d’acquisto; al centro la figura del buyer, le sue competenze e le sue attitudini. L'analisi del fornitore è da svolgersi sia verificando i risultati di perfomance (se fornitore attivo) o i dati di qualificazione (se potenziale) sia attraverso un'analisi della condizione economico-finanziaria e commerciale che sta attraversando. Accanto all’analisi del fornitore è indispensabile la verifica dello stato congiunturale del mercato di acquisto nel quale egli opera. Successivamente viene esaminata la fornitura con gli strumenti del breakdown del prezzo e del TCO e infine, il contenuto delle diverse fasi del processo (specifica tecnica, fornitori interpellati, modalità di comparazione delle offerte, rilanci, etc.) La preparazione prevede inoltre la scelta della modalità (telefonica, mail, vis a vis, eAuction) e, se vis a vis, dello staff operativo (per trattativa mono o multicontroparte oppure mono o multilivello). Infine è necessario definire gli strumenti di misura dell’esito della trattativa.

OBIETTIVI

Trasmettere le tecniche di analisi e di verifica del mercato, dei fornitori e della fornitura per pervenire al momento negoziale adeguatamente preparati.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

• Il fornitore:

- indicatori da vendor rating
- informazioni economiche, finanziarie e commerciali in tempo reale
- la swot analysis per la verifica della forza contrattuale specifica del fornitore e del cliente (punti di forza e debolezza, opportunità e rischi)

• La fornitura:

- la specifica tecnica
- interazione con il cliente interno richiedente, eventuale suo coinvolgimento nella trattativa
- l’analisi costo: tecniche di breakdown del prezzo
- il Total Cost of Ownership: tecniche di individuazione e di calcolo

• Il mercato:

- l’analisi della congiuntura di mercato (trend economico generale, trend di settore)

© 2025 Adaci Formanagement Srl SU - P.IVA 12627390151

- l’analisi di posizionamento (fornitore in concorrenza, monofornitore, fornitore sostituibile)

• Il processo d’acquisto:

- i fornitori interpellati
- la modalità di comparazione delle offerte
- i rilanci

• Il buyer:

- competenze, attitudini, relazioni

• Prima della trattiva:

- lo staff di trattativa
- metodologia (scambio mail, telefono, incontro, multicontroparte e multilivello)
- tableau du bord della trattativa.

DURATA	EDIZIONI
1 giornata	● Milano 28 gennaio 2019 ● Milano 28 ottobre 2019 ● Milano 25 febbraio 2020 ● on line 21 aprile 2020 ● on line 30 novembre 2020 ● on line 29 Maggio 2025

© 2025 Adaci Formanagement Srl SU - P.IVA 12627390151