
RAPPORTI EVOLUTI CLIENTE - FORNITORE

BUSINESS SKILLS

DESCRIZIONE

Questo percorso permette ai partecipanti di apprendere e valutare la possibilità di gestire il rapporto Cliente / Fornitore in modo innovativo, proattivo e pronto ai cambiamenti a cui questi ultimi anni hanno costretto. Il percorso è strutturato su alcuni moduli base ed altri di approfondimento che permettono di acquisire la formazione e le informazioni necessarie per poter ben operare sul campo. Anche chi già opera da qualche anno come Responsabile di Funzione potrà completare la propria formazione e “dialogare con la controparte”, Cliente o Fornitore che sia, apprendendo le necessarie modalità operative, aggiornando le proprie conoscenze e confrontandosi sulle tematiche che ritiene più importanti per se stesso, per i propri Clienti/Fornitori e per la propria azienda. NB: a seconda dell'Area di appartenenza (es: Acquisti o Vendite) è anche possibile seguire solo una parte dei moduli, tralasciandone alcuni se specifici di altra area e ritenuti di non immediato interesse.

PROGRAMMA

PROGRAMMA DIDATTICO

MODULO 1° (4 ore)

Perché e come creare rapporti evoluti tra Clienti e Fornitori:.

- Rapporti di reciproco beneficio con i Fornitori e raggiungimento degli obiettivi che sistema approvvigionamento raggiungere.
- Il rapporto Cliente-Fornitore interno ed esterno (a monte e a valle dell'impresa)
- L'implementazione del rapporto Cliente – Fornitore, equilibrio tra prestazioni e bisogni
- Come far allineare il Fornitore sulle esigenze dei nostri Utenti (tecnici, produzione, magazzino, ...
- Cliente finale) rendendo fluidi gli approvvigionamenti.

MODULO 2° (4 ore)

Come muoversi, che rapporti instaurare e quali obiettivi perseguire:

- Obiettivi che sistema azienda può raggiungere.
- Rapporti di reciproco beneficio con i Fornitori e con i Clienti.
- Il rapporto Cliente – Fornitore interno ed esterno (a monte e a valle dell'impresa)
- L'implementazione del rapporto Cliente – Fornitore, equilibrio tra prestazioni e bisogni
- Gestire con efficacia i rapporti con le altre Funzioni aziendali.

MODULO 3° (4 ore)

Strumenti: Marketing d'Acquisto e Marketing di Vendita

a) Marketing d'Acquisto

- Cosa intendiamo per Marketing d'Acquisto
- Come va strutturato
- Analisi e strategia dei fabbisogni da soddisfare e degli obiettivi del Purchasing
- Strategie ed operatività adottare a seconda dell'azienda, dei mercati e degli obiettivi

b) Marketing di Vendita

- Cosa intendiamo per Marketing di Vendita
- Come va strutturato
- Analisi e strategia degli obiettivi del Marketing di Vendita
- Strategie ed operatività adottare a seconda dell'azienda, dei mercati e degli obiettivi

MODULO 4° (4 ore)

Strumenti: Analisi, Qualificazione e Valutazione dei Fornitori

- Comprendere l'importanza del sistema di selezione e valutazione dei Fornitori.
- Adattare alla propria realtà aziendale le procedure ritenute più consone.
- Analisi e monitoraggio del Fornitore – supporti da utilizzare/implementare.
- Metodologie per la qualificazione dei Fornitori:

1. a) Valutazione Preventiva (ex Ante)
2. b) Valutazione a Consuntivo (ex post)

IL VENDOR RATING

Esempi di Vendor Rating

MODULO 5° (4 ore)

La Valutazione Economico/Finanziaria dei Clienti e dei Fornitori Critico/Strategici.

- Perché e come valutare il Cliente/Fornitore “core” anche dal punto di vista economico/finanziario.
- Quali strumenti possiamo utilizzare?
- Cenni sulla lettura dei bilanci
- Cenni sugli indicatori di Bilancio

ESERCITAZIONE

- Come leggere le poste di bilancio che mostrano lo stato di salute del nostro Cliente / Fornitore.
- Cenni sull'utilizzo dei report delle società di Rating.

MODULO 6 (4 ore)

Come e cosa comunicare tra Cliente e Fornitore

- Perché non basta “saper negoziare”
- Promuovere Collaborazione tra la nostra organizzazione ed i Clienti/Fornitori.
- Come trasferire le informazioni tra le aziende.
- Compito dei responsabili di Funzione: innovare radicalmente i rapporti e comunicare bene.
- Cercare soluzioni innovative per gestire bene la catena di fornitura; eliminare barriere tra la nostra azienda e il Cliente/Fornitore.
- Configurare il rapporto Cliente – Fornitore in modo da comportare un “beneficio” per ambedue le parti, ossia “valore” per entrambi.

Eventuali possibili approfondimenti:

Rapporti evoluti Cliente - Fornitore

1. Preparazione e gestione di un “Lavoro di gruppo”.
2. Testimonianze o “Case History” su esempi significativi di rapporti evoluti Cliente/Fornitore.
3. Verifica del lavoro effettuato durante il corso.

DOCENTI

Maurilio Sartor

Laurea in Economia e Commercio. Ha prima maturato significative esperienze in campo amministrativo/finanziario e da più di venticinque anni opera negli Acquisti e nella Supply Chain in multinazionali, nelle PMI ed anche nella Pubblica Amministrazione. Temporary Manager e Tutor aziendale, dal 2006 affianca le Direzioni Acquisti e Logistica di aziende ed Enti in progetti organizzativi, implementazione di nuove strategie d'acquisto, raggiungimento di obiettivi performanti nella gestione del parco fornitori e conduzione di aziende. Interviene direttamente ed operativamente in progetti mirati di saving e nell'applicazione delle metodologie lean nella Supply Chain. E' docente qualificato MJF Academy ed ha al suo attivo partecipazioni a pubblicazioni e docenze presso Associazioni, Enti, varie scuole manageriali ed Istituti scientifici (tra cui Adaci, Assolombarda, Confindustria Genova, Mantova, Roma, Varese, ... Festo Academy, IFOA, Key Element, MIP – Politecnico di Milano, MJF Academy, SDA – Bocconi, Università di Economia di Genova, Tecnoimprese, ...) su tematiche inerenti all'Organizzazione Aziendale, agli Acquisti, ai Trasporti, alla Logistica ed alla Supply Chain, alla gestione e motivazione delle persone, ...

Celeste Vitte

Ha maturato importanti esperienze internazionali nelle aree direzionale, gestionale organizzativa, commerciale, amministrativa e finanziaria, attraverso una carriera che si è evoluta fino a posizioni di massima responsabilità in aziende multinazionali e imprenditoriali. Particolarmente esperto nell'ottimizzazione di processi/costi al fine di migliorare efficienza e competitività, è dotato di una forte sensibilità economica ed ha una particolare esperienza nella gestione e formazione delle risorse umane. Da alcuni anni collabora in MJF per trasmettere le sue conoscenze partecipando con testimonianze e docenze a corsi/seminari su tematiche inerenti l'organizzazione e gestione aziendale, il marketing/commerciale, la logistica e gli approvvigionamenti.

Gianfranco Murador

Laureato in ingegneria Aeronautica presso il Politecnico di Torino, per anni ha operato nel settore aeronautico ad alta tecnologia, principalmente in due multinazionali: UTC e Finmeccanica. Per il gruppo UTC ha avuto responsabilità dirette di Project/ Program & Cost Management, Procurement e Supply Chain nello sviluppo di nuove piattaforme, mercati e riorganizzazione interna. Per Finmeccanica ha sviluppato competenze eseguendo progetti aziendali di cambiamento della filiera fornitori con interventi e metodologie Lean (Lean Manufacturing, Lean Thinking) direttamente sui processi e la creazione di clusters per tecnologia, permettendo ad alcune PMI italiane di partecipare a progetti globali con players internazionali, quali Boeing e Lockheed Martin. Da tempo trasmette le sue conoscenze partecipando con testimonianze e docenze a corsi/seminari su tematiche inerenti gli acquisti, la logistica e la gestione aziendale.

Elisabetta Colombo

Giornalista professionista ha una lunga esperienza nell'ambito della comunicazione, maturata sia sul fronte giornalistico che su quello imprenditoriale. Ha lavorato per quotidiani e periodici, anche di settore; ha curato progetti editoriali e diretto riviste, si occupa di comunicazione istituzionale, per enti pubblici e banche, e d'impresa, gestendo la promozione di eventi e prodotti. Laureata in Estetica alla Facoltà di Lettere cura i contenuti di siti e blog per aziende in diversi settori, ha all'attivo alcune pubblicazioni, fa docenze su questi temi ed è convinta che lo sviluppo di una corretta comunicazione fuori e dentro l'impresa, a tutti i livelli, sia un valore aggiunto fondamentale per un'efficace gestione aziendale.

DESTINATARI

Imprenditori, Direttori e Responsabili Commerciali, Direttori Acquisti e Purchasing Manager, Senior Buyer, Professional degli Acquisti, ... che necessitano di conoscere gli strumenti idonei a guidare e gestire i rapporti coi Fornitori e/o con i Clienti Finali.

Chiunque necessiti di una visione ampia sul nuovo ruolo delle figure che dovranno “facilitare” i rapporti tra Clienti e Fornitori in Azienda e negli Enti e voglia conoscere perché “la gestione di questo rapporto è oggi sempre più fondamentale per la creazione del Valore in azienda e per competere sui mercati”.

NOTE

Orari delle lezioni:

9:00 – Avvio corso

9:00 – 11:00 Formazione

11:00 – 11:15 Pausa

11:15 – 13:00 Formazione

13:00 – Conclusione

Il corso sarà trasmesso via Microsoft Teams, con la possibilità di partecipare via web o app con l'utilizzo di pc o smartphone.

I partecipanti iscritti riceveranno tutte le istruzioni di partecipazione e le slide del docente il giorno prima del corso.

REQUISITI

Pc o smartphone

Buona connessione internet

Microfono (per eventuali domande che potrebbero comunque essere effettuate via live chat) e webcam

FACULTY

Maurilio Sartor

REFERENTI

Davide Inclimona (davide.inclimona@assolombarda.it / Cell: 348 0201 402)
Arianna Marchianò (arianna.marchiano@assolombarda.it / Cell: 345 4007 448)

DATE E PREZZI

ATTUALMENTE DISPONIBILE SOLO PER LA FORMAZIONE IN AZIENDA