# Aumento dei prezzi in acquisto e vendita

## PERCORSO FORMATIVO on-line
## Area Acquisiti e Supply Management

**Panoramica del corso:**

Problemi logistici e questioni geopolitiche hanno portato ad aumenti di prezzo in molti settori. Una sorta di “tempesta perfetta” in cui serve un metodo per tamponare la situazione e salvare i margini grazie ai quali l'azienda vive. Quella di oggi è una situazione mai vista: materie prime che non si trovano o a costi altissimi, bisogno di rivedere i contratti e i listini, fatica nel far accettare gli aumenti ai clienti. Per la prima volta, Buyer e Venditori sono in grande difficoltà, sia pure in modi diversi.

**Obiettivi**:

Rivedere i listini
Supportare i Venditori nella comunicazione degli aumenti
Capire meglio i clienti
Eliminare i prodotti/clienti in perdita
Aggiornare le competenze dei propri Buyer, nella trattativa con i fornitori
Classificare i fornitori e rinegoziare i contratti
Tagliare i costi fissi, senza rinunciare a quelli strategici
Valutare l’effettivo impatto degli aumenti delle varie componenti di costo variabile sul prodotto finito
Fare simulazioni previsionali.

**PERCORSO FORMATIVO on-line**
**Area Acquisiti e Supply Management**

# PROGRAMMA DETTAGLIATO

## ACQUISTI

Codice Rosso

Reagire all'emergenza, individuando le priorità fra scelta del fornitore, le criticità dell'item, la gestione delle scorte. Tre tattiche da combinare e da proporre al fornitore per assicurare la continuità operativa. A quale costo? Quale impatto in area commerciale? Cosa non fare subito?

Quale metodo applicare per valutare gli impatti sulla redditività aziendale? (Key Driver: costi accessori, costi diretti, costi fissi e variabili, sostituzione prodotto, gestione anticipi, buffer)

Codice Giallo

Prevenire e pianificare soluzioni alternative phase-in e phase-out e l'utilizzo di RFI, FRP, RFQ, costruire engagement e budget dedicato con gli stakeholder

Allargare il perimetro operativo intervenendo sulle soluzioni tecniche o di make or buy. Lavorare sull' incertezza con il play book (TCO, Make or Buy, Buy or Lease, Pay per Use)

Codice Verde

Preparare il ritorno alla normalità, con un radar attivo nel mercato di fornitura, tattiche dell'area acquisti che integrano la sostenibilità economica, sociale, ambientale valutando l'impatto in termini economici e di business.

Rivedere le scelte di prodotto e di fornitura pianificandole con gli stakeholder. (source, make, plan, sales, new product, new supplier)

## VENDITE / PRICING

Codice Rosso

Come prima attività, fare una simulazione per valutare l'entità delle manovre virtuose da eseguire (aumento quantità o aumento prezzi, o entrambe le cose) al fine di compensare le perdite di margine subite a causa dell'aumento dei costi.

Quindi, individuare gli ambiti immediati di manovra: prodotti da muovere e da lasciare fermi, criteri pratici di gestione degli aumenti (per scaglione, per valore assoluto, per fascia), ecc. Bundle/unbundle: sperimentare diverse modalità di strutturazione del prezzo per ottenere un aumento di fatto, limitando la percezione negativa del cliente. Allenare e supportare i venditori alla trattativa di aumento.

Codice Giallo

Segmentare la clientela in base alla sensibilità al prezzo e applicare aumenti diversificati. Rivedere le condizioni commerciali effettivamente applicate per recuperare preziosi punti di marginalità.

Supportare i venditori nel riconoscere, rilevare e riportare in azienda informazioni sul comportamento dei competitor per quanto riguarda le manovre sui prezzi.

Fare il checkup del prodotto per verificare insieme ai responsabili di prodotto l'effettivo valore che il cliente attribuisce alle varie componenti di costo.

Codice Verde

Conoscere e tracciare le marginalità dei diversi prodotti, per mettere a punto e, se il caso, rivalutare l'offerta complessiva.

Riprogettare il sistema incentivante dei venditori con il fine di premiare i comportamenti virtuosi per quanto riguarda prezzi e margini.

Individuare nuovi ruoli (funzioni, comitati, ecc.) con il compito di presidiare la marginalità e i sistemi di pricing.

Ripensare il business model e le catene distributive.

# Aumento dei prezzi in acquisto e vendita

## CALENDARIO

### ACQUISTI

Codice Rosso
03/10/2022 09.00-13.00

Codice Giallo
24/10/2022 09.00-13.00

Codice Verde
03/11/2022 14.00-18.00

### VENDITE / PRICING

Codice Rosso
10/10/2022 09.00-13.00

Codice Giallo
18/10/2022 09.00-13.00

Codice Verde
10/11/2022 14.00-18.00

**DOCENTI**

**Federica Dallanoce**
Vice Presidente ADACI (Associazione Italiana Acquisti e Supply Management)

**Cristina Mariani**
Professore a contratto presso il Master di Primo Livello «Account & Sales Management» per l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Perform
UNINDUSTRIA PERFORM

# Aumento dei prezzi in acquisto e vendita
# PERCORSO FORMATIVO

## COUPON DI PARTECIPAZIONE

Nome.....Cognome.....

Ruolo in azienda.....Azienda.....

Tel..... Mail.....

**Costi:**

| | |
|---|---|
| Costo per partecipante intero percorso (aziende associate) | € 900,00 |
| Costo per partecipante intero percorso (aziende non associate) | € 1.100,00 |

**La quota di partecipazione comprende inoltre EBOOK IN OMAGGIO AI PARTECIPANTI.**

La quota di partecipazione è finanziabile con i Fondi interprofessionali

## Il corso si svolgerà in modalità DA REMOTO

Timbro e firma azienda

.....

Da compilare e restituire a:
formazione@unindustriaperform.it

Ai sensi del Regolamento UE 2016/679, art.19, desideriamo informare che i dati forniti con la presente iscrizione saranno utilizzati da Unindustria Perform srl tramite PC in rete o manualmente esclusivamente per la predisposizione dell'elenco partecipanti al corso e per l'addebito contabile relativo alle quote di partecipazione.