

LUOGO

Milano

SEDE

Sede ADACI - Via Spezia 11

DATA

7 maggio 2014

Orario: 9.00/18.00

CORSO ABBINATO AI PERCORSI QUALIFICATIVI ADACI

<http://www.adaci.it/it/Qualificazione-professionale-ADACI/>

QUOTE DI PARTECIPAZIONE

Soci ADACI
€ 700,00 + IVA

Non Soci ADACI
€ 900,00 + IVA

Per i Professionisti Qualificati L2
€ 490,00 + IVA

Per i Professionisti Qualificati L3
€ 350,00 + IVA

Early Bird

**SCONTO DEL 15%
A CHI SI ISCRIVE
CON ALMENO
QUATTRO SETTIMANE
DI ANTICIPO***

*con esclusione delle quote socio certificato

Agevolazioni per:

- iscrizioni multiple alla stessa giornata
- acquisto di pacchetti formativi e piano studi

Per informazioni e iscrizioni:

Lorena Agrimonti
02/40072474 - 02/40090362 (int. 3)
formanagement@adaci.it

Adaci si riserva la facoltà di spostare la data del Corso se il numero dei partecipanti è inferiore al minimo previsto.



SCOUTING DEI FORNITORI IN INTERNET (L2)

Docente: Giampiero Volpi

CONTENUTI

Il sistema economico è in costante evoluzione, cambiano i protagonisti del mercato e cambia il contenuto dell'offerta. I target di costo sono inoltre sempre più bassi e l'introduzione di nuovi fornitori contribuisce a ridurli, consentendo altresì di entrare in contatto con idee e soluzioni innovative. Assieme allo scouting passivo, inteso come autocandidatura del fornitore, esiste quello attivo pilotato dal compratore e finalizzato a fornire una copertura preventiva e qualificata dei fabbisogni aziendali. Un'attività questa che deve essere considerata come una prerogativa abituale e costante del compratore e che va effettuata con adeguate metodologie. Bisogna infatti individuare le fonti alle quali attingere e gli strumenti adatti per effettuare la ricerca. Si deve decidere, ad esempio, se usare la rete come mezzo di indagine o se ricorrere ad operatori specializzati. Se si vuole operare sul web occorre farlo attraverso determinati motori di ricerca e saper individuare correttamente i parametri di interesse.

Obiettivi

Familiarizzare col processo di scouting dei fornitori acquisendo le tecniche più avanzate maggiormente utilizzate
Apprendere le modalità di scouting in rete

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Definizione del processo di scouting dei fornitori e suo posizionamento nel sistema acquisti aziendale
- Fasi dello scouting attivo:
 - analisi sistematica delle categorie merceologiche aziendali
 - individuazione di quelle che richiedono un arricchimento della base di fornitura
 - definizione del profilo e della località delle aziende da individuare
 - definizione delle informazioni da rilevare
 - definizione degli obiettivi quantitativi della ricerca
 - individuazione dei canali potenziali attraverso cui fare la ricerca
- Ricorso a service provider specializzati
- Ricerca su Internet:
 - siti specializzati con raccolta di informazioni su aziende nazionali e internazionali
 - ricerca attraverso motori e parole chiave (individuazione di quelle più efficaci)
- Analisi dei dati ottenuti e richiesta di eventuali integrazioni
- Esempi di scouting.