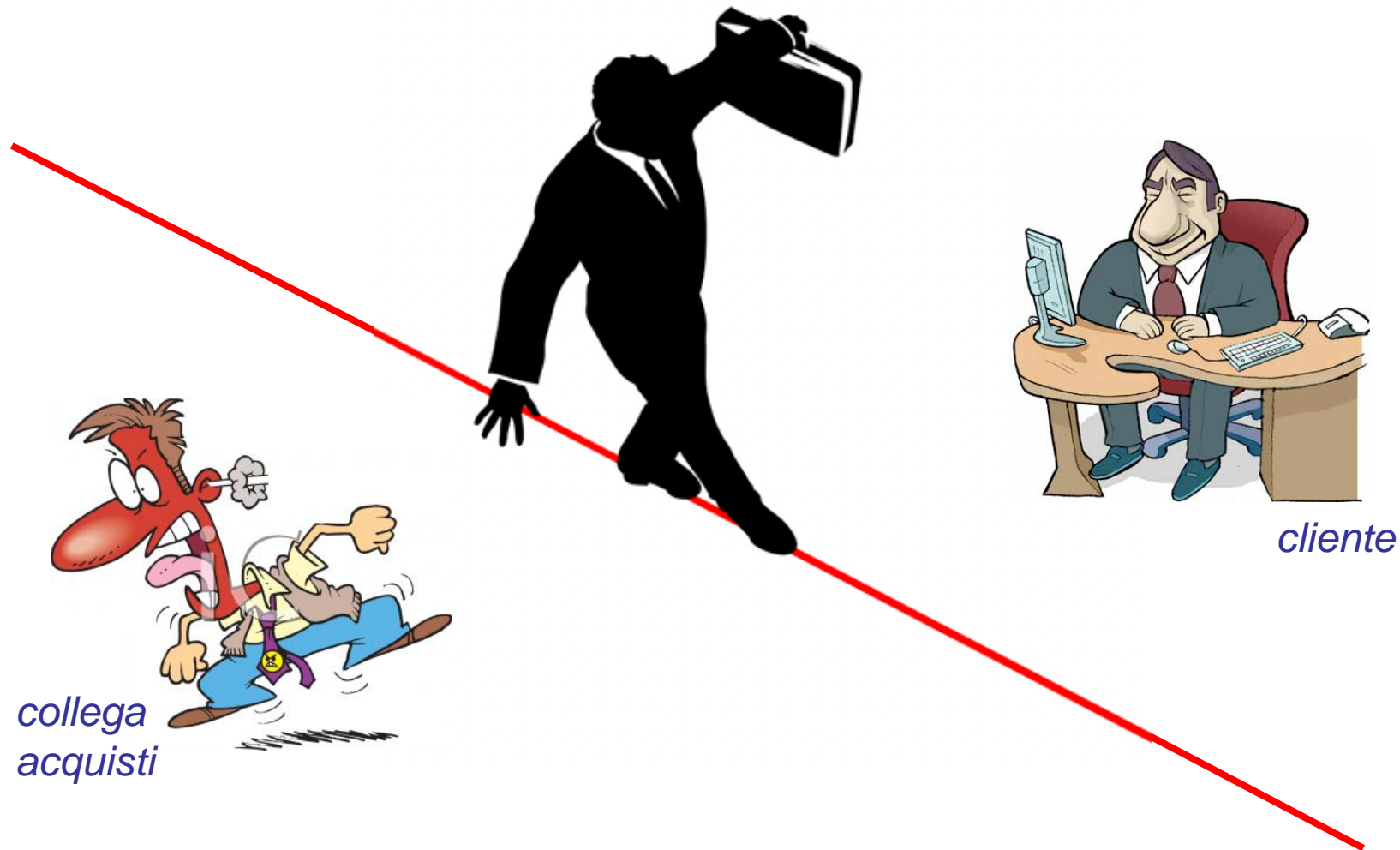


## Organizzazione

Il ruolo del commerciale, nella ns. azienda è sempre un rapporto **bidirezionale**:  
tra resp. acquisti-cliente e resp. acquisti-collega





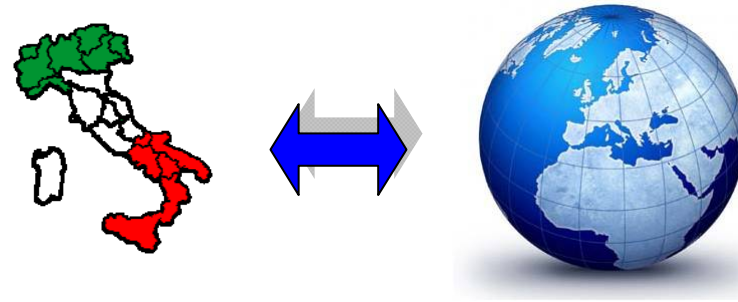
- Cambia spesso l'interlocutore:

- + non si creano legami amicali, abitudinari
- + vengono meno accordi speciali
- non si conosce il business
- non si ha pazienza/voglia di farsi istruire
- non si sa valutare correttamente il prezzo

- Non si riesce ad ottenere un appuntamento (“mi mandi un email...”)

- Non si ha feedback su offerte

- Scarsa propensione al cambiamento:



- Gare OnLine: impediscono la corretta comprensione del Valore Aggiunto di un'offerta  
allineamento ai ribasso sulle singole voci



Non si presta attenzione ai costi nascosti

**Costi visibili**

**Costi nascosti**

**Prezzo finale**

**Personale**

**Magazzino**

**Distribuzione**

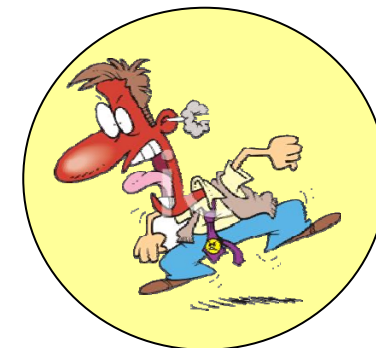
**Stock e scarti**

**Tempi di ciclo**

**Accuratezza**

**Ottimizzazioni**

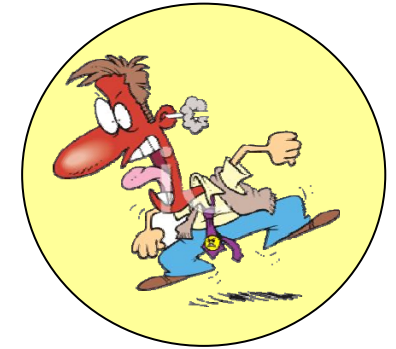
**Personalizzazioni**



Non compri  
al meglio!



Non vendi con  
sufficiente  
margine!



*purchase*

- attenzione alle offerte non corrette o incomplete
- x comodità si contattano sempre i soliti fornitori, non gli specializzati
- benchmark con nuovi fornitori



*sales*

- non sempre il prezzo + basso vince  
Nella scelta del fornitore tiene anche in considerazione:
  - affidabilità
  - velocità di fornitura
  - qualità
  - celerità nelle risposte
- utile non solo un costo, ma diversi per paragonarli tra loro e definire il prezzo