

*insieme per costruire successi*



*UNI EN ISO 9001:2008  
N° 9175 SMC0*

# Programma di formazione 2015



*Gentile Signora, Egregio Signore,*

*stiamo vivendo un momento "rivoluzionario": la crisi economica, la globalizzazione delle merci, ma anche delle persone e delle culture, e lo sviluppo di tante nuove opportunità in nicchie di mercato. Quello che è certo è che oggi, per rimanere competitivi, bisogna muoversi, ingegnarsi.*

*A questo proposito ricordo con interesse un articolo che Thomas Fredman scrive sul New York Times all'inizio del 2012 intitolato "Average is Over". "... Essere medi oggi non porta i benefici di una volta. Non può accadere, visto che i datori di lavoro hanno abbondanza di mano d'opera straniera a buon mercato, di robotica a buon mercato, di software a buon mercato e di automazione a buon mercato...". La media è finita, quindi, per le aziende come per le persone.*

*Ognuno di noi deve coltivare il talento che lo rende, se non indispensabile, almeno utile allo sviluppo del business della propria azienda. È necessario quindi essere innovativi come mentalità e allineati alle migliori pratiche come competenze. Questi obiettivi sono raggiungibili soltanto attraverso una formazione di qualità, e quindi specializzata, magari utilizzando anche svariate metodologie di intervento: dall'on-line al coaching.*

*Simco si propone come partner specializzato nella realizzazione di seminari interaziendali e nell'ideazione ed erogazione di percorsi formativi contestualizzati "In House" (anche finanziati\*) nell'area della Supply Chain. Gli interventi formativi sono ad ampio spettro e possono affrontare temi connessi all'organizzazione, ai processi, alle tecnologie, alla gestione e motivazione delle risorse umane. I seminari sono studiati per avere diversi livelli di approfondimento, permettendo così di affrontare i temi aziendali con una visione strategica o specialistica.*

*Gli argomenti della formazione Simco sono quelli espressi dalle competenze nella consulenza, area nella quale siamo presenti da più di trent'anni; infatti i docenti sono Senior Consultant che quotidianamente intervengono in azienda su progetti di rinnovamento e miglioramento. La concretezza della nostra professionalità unitamente a consolidate esperienze d'aula favoriscono il trasferimento di nuove competenze.*

*Nella convinzione che la specializzazione favorisca l'efficacia degli interventi formativi, abbiamo ulteriormente aggiornato ed arricchito le nostre proposte: siamo gli unici a poter vantare un catalogo così vasto esclusivamente nell'area della Supply Chain.*

*Nell'augurarvi un proficuo anno 2015 vi porgo i miei migliori saluti.*

**Marco Cernuschi**  
Senior Partner Consultant

*\* Simco ha, da oltre quindici anni, la certificazione di qualità secondo la norma ISO 9001:2008 per i settori EA35 e EA37 necessaria per la formazione finanziata.*

## Simco è...

Simco è una delle più importanti società italiane di consulenza e formazione.

Dal 1981, anno della sua fondazione, Simco ha sviluppato oltre **1.600 progetti per più di 400 Clienti** di diverse dimensioni e settori merceologici.

La nostra missione consiste nel saper coniugare competenze e tecnologie per analizzare e migliorare processi, motivare e qualificare le Risorse Umane al fine di controllare e sviluppare le performance complessive dell'azienda.

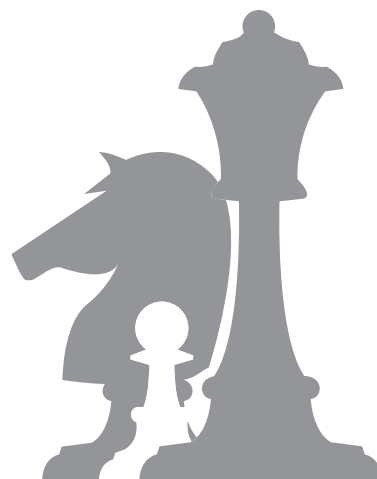
Il successo di Simco è il frutto sia dei risultati ottenuti dai propri Clienti, in termini di miglioramento delle prestazioni e sviluppo delle competenze, sia della costruzione nel tempo di rapporti duraturi, basati sulla trasparenza, sulla collaborazione e sulla fiducia.

Il nostro metodo non fornisce soluzioni standard, ma offre un approccio su misura, modellato sulle reali esigenze del Cliente ed ispirato a concretezza e innovazione. Una particolare attenzione è stata posta nell'impiego di strumenti avanzati in modo da rendere i risultati dei progetti certificati da analisi complesse; Simco utilizza da oltre 15 anni la simulazione dinamica e dispone di prodotti innovativi per effettuare l'assessment delle scorte, la verifica del lay out di fabbrica, la definizione degli schemi di pallettizzazione, l'ottimizzazione dei tragitti di trasporto, il processamento dei dati di progetto e la costruzione di cruscotti di controllo.

Simco può sviluppare un rapporto di collaborazione che parte dalla definizione delle azioni di miglioramento e cambiamento e può arrivare sino all'affiancamento durante l'implementazione, per facilitare e verificare il raggiungimento degli obiettivi.

Per descrivere in modo dettagliato i campi e le modalità di intervento risulta utile effettuare la seguente schematizzazione, pur nella convinzione che molte volte i migliori risultati si ottengono integrando gli studi nelle varie aree.

- **ORGANIZZAZIONE DEL NETWORK DISTRIBUTIVO**
- **LOGISTICA DI MAGAZZINO**
- **LOGISTICA DI PRODUZIONE**
- **PREVISIONE DELLA DOMANDA E GESTIONE DELLE SCORTE**
- **TRASPORTI**
- **OUTSOURCING**
- **FORMAZIONE IN HOUSE O PERSONALIZZATA**





## Simco è... Organizzazione del Network Distributivo

*Il mercato in cui le Aziende si trovano ad operare rende sempre più esasperata l'attenzione al livello di servizio erogato al Cliente e, allo stesso tempo, al contenimento dei costi logistici. Non sorprende quindi che una Rete Distributiva razionale, moderna ed efficiente sia vista come un elemento chiave per il successo. Il network distributivo, la corretta allocazione delle scorte lungo la rete, la progettazione dei magazzini, la pianificazione dei trasporti devono garantire il costo più corretto per ottenere gli obiettivi prestazionali, spesso ormai di livello "top", coniugando opportunamente organizzazione e tecnologia.*

### Il metodo utilizzato

#### **Analisi network attuale**

*Si mappa l'attuale rete distributiva identificando numero, funzioni e ruolo dei nodi logistici. Vengono quantificati i costi di housing (stoccaggio), handling (movimentazione e preparazione ordini), scorte (costi finanziari e quelli connessi al possesso dei beni), trasporti (primari e secondari) e amministrativi. Completa l'analisi anche la comprensione delle politiche di servizio e la definizione dei rischi connessi all'attuale network.*

#### **Definizione network ottimale**

*Si definiscono opzioni strategiche, tecnologiche ed organizzative per eliminare i punti di debolezza e raggiungere livelli di eccellenza. Le soluzioni alternative vengono descritte approfonditamente in termini di risultati ottenibili, budget, ritorno dell'investimento, costi di esercizio, flessibilità operativa, tempi di realizzazione e rischi.*

#### **Realizzazione progetto**

*Si sviluppano le azioni tese al conseguimento e consolidamento dei miglioramenti individuati nelle fasi precedenti, le priorità e la tempistica per la trasformazione del network. Si procederà alla definizione dei livelli ottimali dello stock, alla progettazione di dettaglio dei magazzini in funzione del loro ruolo nel nuovo network e alla ottimizzazione dei trasporti.*

#### **Monitoraggio dei risultati**

*Verifica periodica tramite tecniche di auditing dello stato del network.*

### Le principali aree di intervento:

- Verificare la congruità del livello di servizio espresso dall'attuale rete distributiva (valutando il grado di soddisfazione dei clienti ed il posizionamento competitivo verso i concorrenti) rispetto ai costi logistici ad essa connessi (costi di magazzino, scorte, trasporti), determinando i valori dei principali indicatori di prestazione (introducendoli, se assenti);
- Progettare l'assetto distributivo ottimale: verifica dell'opportunità di realizzare una rete distributiva multilivello determinando ruolo, numero, dimensione e localizzazione ottimale dei nodi logistici (magazzini, centri distributivi, piattaforme di cross docking, etc.), comparando le alternative anche in termini di investimenti infrastrutturali;
- Migliorare le modalità di gestione delle scorte attraverso l'analisi dei processi di business coinvolti (Sales & Operations Planning), degli strumenti utilizzati e dei risultati operativi ottenuti;
- Analisi di convenienza per l'introduzione e assistenza all'avviamento di software per l'ottimizzazione della distribuzione (previsione della domanda, ottimizzazione delle scorte, pianificazione delle consegne, controllo e ottimizzazione dei costi di trasporto, etc.);
- Analizzare i flussi di traffico, ridefinire le tratte ed i giri di consegna impiegando avanzati algoritmi matematici sviluppati su specifici software di ottimizzazione;
- Determinare i livelli di saturazione degli automezzi e definire le migliori modalità di carico;
- Valutare la convenienza di scelte "make or buy" nell'ambito della gestione della logistica e dei trasporti, selezionare Terze Parti e fornire assistenza al tender;
- Analizzare e valutare i contratti in essere e determinare la struttura tariffaria e il modello contrattuale ottimale anche alla luce dei più recenti sviluppi normativi;
- Progettazione e installazione di cruscotti per il controllo dei KPI della distribuzione realizzati con tecniche di Business Intelligence;
- Formare e supportare le Risorse Umane coinvolte nei processi logistici.

### Referenze Consulenza

I Clienti sono Aziende nazionali ed internazionali di produzione, commerciali e di servizi, che in molti casi hanno utilizzato ripetutamente le competenze SIMCO. Oltre 1.600 progetti, sviluppati per più di 400 clienti tra i quali possiamo citare:

3A Arborea  
A. Aurelio Galletti & C.  
Acraf Angelini Francesco  
Agromarket  
Agusta Westland  
Alfa Wassermann  
Alias  
Alimentari  
Alimentari Nord Ovest  
Alstom Ferroviaria  
Amati Riccione  
Amos F.lli & C.  
Anthos Impianti  
Anzani  
Arca Farmaceutica

Arredi Tecnici Villa  
Arturo Salice  
Asa Amati Sammarinese  
Asa Dental  
Audisio Industrie Alimentari  
Autoneum  
AZ Ingross  
Az. Farm. Mun. Arezzo  
B.V.M. Italia  
Balocco  
Battocchi  
Bayer  
BBS  
Befood  
Bellotti

Bencini  
Berardi Bullonerie  
Besana  
Bi.bi.elle  
Bi Esse  
Bianchi Marè  
Biesse  
Bignami  
Binda  
BMW Italia  
Boglietti  
Bohler Uddeholm Italia  
Boma  
Bomi 2000  
Borello & Maffiotto

Bossi  
Bottero  
Brevini Fluid Power  
Brevini Veneta  
Brita Italia  
BTicino  
C.E.A.  
Caffarel  
Caleffi  
Calzaturificio Effegi Style  
Came  
Caprari  
Capua  
Carnini  
Catena Farmaceutica



## Simco è... Logistica di Magazzino

*Il magazzino ha un impatto significativo sul livello di servizio (deve garantire tempi di risposta adeguati, con processi e strutture che minimizzino errori e danneggiamenti) e sui costi di esercizio (mediamente circa un quarto dei costi logistici totali); è quindi evidente come non debba essere visto come un costo più o meno inevitabile ma come una delle leve per la competitività. Per questo motivo la sua progettazione e/o la sua ottimizzazione devono essere affrontate con adeguati livelli di competenza e professionalità.*

### Il metodo utilizzato

#### Audit

*Si individuano i punti di forza e di debolezza dell'attuale Magazzino e si definiscono i possibili interventi sottolineandone i benefici attesi, i prerequisiti per attuarli, gli eventuali rischi, i tempi e le risorse necessarie.*

#### Studio di fattibilità

*Definisce le opzioni strategiche, tecnologiche ed organizzative per eliminare i punti di debolezza e per raggiungere livelli di eccellenza, per quanto riguarda efficienza, accuratezza e servizio. Individua le soluzioni alternative, che vengono analizzate e presentate definendone le valenze in termini di risultati ottenibili, budget e ritorno di investimento, costi di esercizio, flessibilità operativa, tempi di realizzazione.*

#### Progetto di dettaglio

*È la progettazione analitica di tutte le componenti del Magazzino per emettere i disegni e le specifiche tecniche e funzionali necessarie per il lancio delle gare di appalto.*

#### Management della realizzazione

*In affiancamento al Cliente, si presta l'assistenza tecnica agli appalti, si verifica il contenuto tecnico e la tempistica di realizzazione del progetto, si effettua il project management logistico e la supervisione sul cantiere, l'addestramento del personale e l'assistenza ai collaudi, all'avviamento e alla messa in esercizio.*

#### Controllo periodico dell'efficienza

*Successivamente alla messa in funzione si verificano i risultati effettivamente raggiunti e le cause di eventuali scostamenti dagli obiettivi che erano stati prefissati e si stabiliscono i nuovi obiettivi da raggiungere, con logiche di "miglioramento continuo".*

### Le principali aree di intervento

- Ottimizzazione delle prestazioni del magazzino definendo i processi, l'organizzazione e le procedure operative, il layout e i mezzi (valutando anche la convenienza di sistemi automatizzati), le attrezzature e i supporti informatici. Gli interventi, che riguardano sia la riorganizzazione (e/o l'ampliamento) di magazzini esistenti sia la progettazione di magazzini nuovi, possono essere condotti secondo diversi gradi di dettaglio: dallo Studio di Fattibilità fino al Project Management, passando attraverso il Progetto Esecutivo;
- Analisi e definizione della struttura organizzativa per la definizione dell'organigramma, delle Job Description e delle Procedure Operative;
- Audit delle attività di magazzino basato sull'analisi della struttura e dell'articolazione dei costi, sulla individuazione e valutazione dei KPI più significativi, sulla definizione delle azioni migliorative e dei target prestazionali;
- Masterplan di magazzino per la razionalizzazione degli spazi, la verifica delle possibili linee di sviluppo in funzione delle prospettive di crescita;
- Analisi del lavoro in magazzino, condotta in un'ottica di miglioramento continuo e rivolta allo studio dei processi operativi, all'individuazione delle fasi critiche o a scarso valore aggiunto ed al calcolo delle produttività con moderni strumenti di rilevazione;
- Analisi di convenienza e assistenza all'avviamento di software per il magazzino con stesura delle specifiche tecniche/funzionali, assistenza alla scelta del prodotto e supervisione alla messa in esercizio;
- Simulazione dinamica, condotta con l'ausilio di software avanzati e mirata alla verifica di progetti o installazioni ad alto contenuto di automazione (sistemi di stoccaggio, di smistamento e di trasporto);
- Analisi di convenienza alla terziarizzazione del magazzino basata sulla definizione delle corrette modalità operative, degli aspetti contrattuali, della struttura tariffaria e dei KPI da gestire con la Terza Parte;
- Progettazione e installazione di cruscotti logistici, realizzati con tecniche di Business Intelligence per il controllo dei KPI di magazzino;
- Formazione (utilizzando tecniche coaching, on the job, etc.) del personale di magazzino sulle best practice sulle logiche del miglioramento continuo.

CDC Group  
Ce.di.far.  
Ceffla Group  
Cenisio  
Center Catering  
Centrale del Latte Firenze  
Centrale del Latte Torino  
Cervotessile  
CF Gomma  
Chimont  
Co.De.Text.  
Co.fa.pi  
Cofardis  
Co.fe.mo  
Co.import  
Co.ind.

Co.ro.far  
Co.si.far  
Co.ta.far.ti.  
Coca Cola - Hellenic Austria  
Coca Cola - Hellenic Bulgaria  
Coca Cola - Hellenic Croazia  
Coca Cola - Hellenic Grecia  
Coca Cola - Hellenic Italia  
Coes  
Cofarm  
Cofarma Toscana  
Colombini Industria Mobili  
Comitalia  
Comoli Ferrari & C.  
Compel Electronics  
Complastex

Confezioni Virginio Caronni  
Conserve Italia  
Consorzio Onda  
Coofarma Salento  
Coop Ass. Regione Toscana  
Coop Consorzio Firenze  
Coop Consorzio Pisa  
Cooperlat  
Coopservice  
Corden Pharma Latina  
Corman  
Cosafaca  
Covermark  
Crespi Giovanni  
Dainese  
Danzas

Dayco Europe  
Dedar  
Denso TS  
Diesel  
Difarco  
Divella  
Diversey  
Dm Barone  
Dolfin  
Dsm Italia  
Ducati Motor  
Ecc Elettronica  
EDL European Dental Logistics  
Effebi  
Eldor Corporation  
Elstream.com





## Simco è... Logistica di Produzione

*Le nuove dimensioni della concorrenza richiedono velocità di risposta in presenza di volumi ridotti e alto mix. Il Sistema Logistico - Produttivo deve essere coerente con la domanda di diversificazione e di contenimento dei costi che il mercato richiede. Gli investimenti a contenuto tecnologico, necessari per ottenere il vantaggio competitivo, sono per loro natura rapidamente diffusivi e presto annullati dalla risposta dei concorrenti. Ciò che è veramente unico e sostenibile è l'organizzazione, i processi, i metodi, la cultura logistico-produttiva dell'azienda.*

### Il metodo utilizzato Analisi preliminare

*Definisce, partendo dalla realtà organizzativa e produttiva esistente, gli interventi per ridurre ed eliminare le aree di inefficienza. Le opzioni vengono esaminate sulla base dell'analisi costi/benefici ed anche in funzione delle risorse umane disponibili, tracciando, dove necessario, il nuovo organigramma funzionale. Si valutano le eventuali alternative nell'approccio alla produzione, anche in relazione agli input del Marketing e alle caratteristiche di mercato, fissando le linee guida per le successive azioni di cambiamento e miglioramento. In accordo con il Management del Cliente, si individuano le priorità degli interventi e i tempi di attuazione.*

### Realizzazione del progetto

*In questa fase si sviluppano tutte le azioni tese al conseguimento e consolidamento dei miglioramenti. Viene attivato, organizzato e supportato il Gruppo di Lavoro del Cliente e si trasferisce l'approccio metodologico corretto per motivare, coordinare, integrare le qualificazioni esistenti, controllare i risultati e riformulare gli obiettivi intermedi. Si esercita, nello stesso tempo, una funzione di stimolo e di appianamento delle difficoltà legate allo sviluppo di un progetto innovativo. Si stabiliscono procedure standard per il controllo periodico dell'efficienza, la misurazione dei risultati raggiunti e la definizione di nuovi obiettivi.*

### Le principali aree di intervento

- Analisi dei processi e delle risorse impiegate, analisi della struttura organizzativa;
- Masterplan di stabilimento;
- Pianificazione della produzione e gestione della capacità produttiva, tecniche lean production;
- Analisi, controllo e riduzione del "work in progress" e dei tempi di attraversamento;
- Layout di reparto o di stabilimento, posizionamento e asservimento di linee e di centri di lavoro;
- Analisi di convenienza per l'introduzione e l'assistenza all'avviamento di software per la produzione (pianificatori, schedulatori, MRP I e II, ASP);
- Verifica dei sistemi di handling e delle modalità di lancio della produzione attraverso la simulazione dinamica;
- Revisione dei tempi e dei metodi di "set-up", messa a punto e avviamento di metodi, procedure e sistemi informativi;
- Definizione degli attributi e delle caratteristiche del prodotto, metodologia di allestimento e di conduzione delle Schede di Prodotto;
- Definizione ed ottimizzazione del sistema di lancio dei lotti in produzione e del controllo dell'avanzamento lavoro;
- Messa a punto di "Cruscotti" della produzione per il reporting, il controllo della produttività e dell'andamento dei costi di produzione;
- Analisi del lavoro in reparto per lo studio dei processi, delle produttività, delle saturazioni e l'individuazione delle fasi critiche o a scarso valore aggiunto, introducendo in azienda una metodologia di miglioramento continuo.

Eli Lilly Italia  
Emanuele Centonze  
Emilceramica  
Emilio Di Mauro  
Emmeti  
Enolgas Bonomi  
Enrico Mollica Medicinali  
Enthone-omi Italia  
Erreti  
Esaote  
Esso  
Euromatic  
Euronics  
F.a.p.  
F.lli Lamberti  
F.lli Vitale

F.lli Guzzini  
Fabrizio Ing. Plinio  
Facet  
Far.p.as.  
Fardis  
Farmacampania  
Farmacentro  
Farmaceutici Rinaldi  
Farmaceutici Svima  
Farmacie Comunali Riunite (Re)  
Farmadistribuzione  
Farvima Medicinali  
Ferrero  
ferrero India  
Fiamm Automotive Batteries  
Fiat Auto

Finterm  
Fischer Italia  
Fiver  
FI Distribuzione Ferramenta  
Flint Group  
Floricultura F.lli Barbazza  
Fontana Pelletterie  
Foppapedretti  
Franchini Lamberto E.C.  
Franke  
Fraschetti  
Fratelli Vitale  
Fresenius Medical Care Italia  
Freudenberg Politex  
Friul Intagli  
G6 Rete Gas

G.D.  
Galatinamed  
Gallignani  
GBR Rossetto  
Ge Healthcare Technologies  
Gefran  
Georg Fischer Pfc  
Gia  
Giannino Di.or.  
Giardini O.  
Gilmar.  
Giorgio Armani Operations  
Giuseppe Tirinanzi  
Goglio Cofibox  
Gondrand  
Grande Migliore



## Simco è... Previsione della Domanda e Gestione delle Scorte

La funzione strategica della catena logistica, oltre ad eseguire in modo efficiente i processi fisici, deve essere caratterizzata da una precisa visione imprenditoriale circa ciò che deve essere gestito ed in quale quantità, in funzione sempre di precisi obiettivi di livello di servizio e di costi.

Migliorando lo stock management si può dar luogo alla contemporanea riduzione dei costi e all'aumento della disponibilità dei prodotti, fino al punto di equilibrio ottimale, che è unico per ogni Azienda.

Il metodo utilizzato

### Analisi della situazione attuale

Verifica degli obiettivi aziendali (livello di servizio, riduzione degli immobilizzi), analisi dei costi di mantenimento a scorta, dei costi di stock-out e di quelli associati all'emissione degli ordini, in modo da verificare la correlazione tra i costi di gestione delle scorte e il livello di servizio.

### Individuazione della soluzione ottimale

Classificazione degli articoli secondo le caratteristiche della domanda, definizione delle politiche di gestione e valorizzazione dei relativi parametri operativi (scorta di sicurezza, lotto economico, periodo di riordino, etc.). Simulazione dei risultati ottenibili sullo stock e sul servizio con applicazione delle tecniche classiche con strumenti avanzati di SCM (procedura di assessment), valutazione dell'efficace applicabilità degli strumenti informatici già disponibili in azienda, valutazione di convenienza tecnico/economica circa l'uso di software specifici per il Supply Chain Management. Definizione dell'organigramma della funzione approvvigionamento e dei processi di business più adeguati.

### Assistenza nell'implementazione

Introduzione delle procedure operative, parametrizzazione dei software già disponibili in azienda o di nuovo acquisto, interfaccia con gli altri programmi/funzioni aziendali, assistenza nel periodo transitorio di "messa a regime".

### Monitoraggio dei risultati

Verifica periodica, tramite applicazione delle tecniche di auditing, dello stato delle scorte e dell'efficacia delle soluzioni scelte, fine tuning dei parametri di gestione del sistema adottato.

### Le principali aree di intervento

- Analisi e revisione dei processi, degli strumenti e delle Risorse Umane coinvolte nella fase di approvvigionamento;
- Analisi dello stato attuale delle scorte (rotazione, ABC, ABC incrociata, livello di servizio etc.);
- Analisi dei costi di mantenimento a scorta e di emissione degli ordini, studio della tipologia della domanda ed impostazione di modelli per la previsione;
- Stima dei vantaggi derivanti da una migliore gestione della previsione e delle scorte;
- Politiche ottimizzanti di gestione delle scorte e di acquisto (push / pull, lotti, livelli di riordino, scorta di sicurezza, etc.);
- Valutazione della copertura funzionale e dell'adeguatezza degli strumenti specifici dei software già a disposizione (ERP); valutazione della convenienza ad adottare strumenti software avanzati;
- Riorganizzazione della funzione approvvigionamento, nell'ottica della Supply Chain e dell'adozione di software avanzati;
- Affiancamento nelle fasi di implementazione del software e delle relative procedure;
- Verifica periodica dell'efficacia delle soluzioni adottate, tramite la rianalisi dei dati prestazionali (livello di servizio, rotazione scorte etc.);
- Progetti "pilota" di riduzione delle scorte e/o miglioramento del servizio;
- Formazione e affiancamento degli approvvigionatori sul corretto impiego e parametrizzazione dei moduli software e delle procedure aziendali per il procurement.

Gruppo Arcté  
Gruppo Grendi  
Gruppo In Ufficio  
Gruppo La Pasca  
Gruppo Pam  
GS Gruppo Carrefour  
Hafiger Fap  
HDS Food Services - divisione Robo  
Helman Elettronica  
Ica  
Id Export  
IDG  
Ime  
Impronta Italgraniti  
Industrie Cartarie Tronchetti  
Infoto

Ingross Carta Giustacchini  
Inipress  
Instrumentation Laboratory  
Interporto Rivalta Scrivia  
Irce  
Ist. Naz. Studio e Cura dei Tumori  
Italcogim  
Italfarmaco  
Itriafarma  
Iveco  
Iveco Aifo  
Johnson & Johnson  
Kerakoll  
Klockner Commerciale  
Konica Minolta Italia  
Kosmepol L'Oreal Polonia

Kronosan  
L.d.I. Logistica Distrib. Lombarda  
L'Oréal Saipo Industriale  
L.T. Terraneo  
La.pa.sca  
Lamborghini Color  
Lamm  
Legacoop Toscana  
Legrand  
Lenze Gerit  
Leroy Merlin Italia  
Levi Strauss Italia  
Lindt  
Logicor  
Logistica 93 (L'Oreal)  
Lombardini

Lotto Sport Italia  
Luisa Spagnoli  
Luxottica Cina  
Luxottica Group  
Macchingraf  
Malerba  
Mandelli Sistemi  
Manuli Rubber Industries  
Marchiol  
Mattel  
Mazzoleni  
Meloni Walter  
Merck Serono  
Merck Sharp & Dohme Italia  
Metal Work  
Metelli



## Simco è... Trasporti

*Nell'ambito dei costi della distribuzione fisica (trasporti, scorte, magazzino, amministrazione della distribuzione), i costi dei trasporti incidono mediamente quasi la metà del totale. Naturalmente si possono evidenziare degli scostamenti rispetto alla media, in relazione allo specifico settore merceologico preso in esame, essendo, ciascuno, caratterizzato da peculiarità di natura fisica ed economica dei prodotti (densità di valore) e da necessità di servizio del mercato.*

Il metodo utilizzato

### **Analisi della situazione attuale dei trasporti**

*Rilievo analitico dei costi (interni ed esterni) connessi ai trasporti ed alle attività strettamente correlate. Analisi delle origini e destinazioni dei trasporti e calcolo del parametro di riferimento per i calcoli di convenienza (€/kgkm, €/mckm, altro specifico). Valutazione del livello di servizio espresso e delle aspettative aziendali e dei clienti*

### **Definizione network ottimale**

*Si definiscono opzioni strategiche, tecnologiche ed organizzative per eliminare i punti di debolezza e raggiungere livelli di eccellenza. Le soluzioni alternative vengono analizzate (anche con l'uso di complessi strumenti informatici) e descritte approfonditamente in termini di risultati ottenibili, budget, ritorno dell'investimento, costi di esercizio, flessibilità operativa, tempi di realizzazione e rischi.*

### **Realizzazione progetto**

*Si sviluppano le azioni tese al conseguimento e consolidamento dei miglioramenti individuati nelle fasi precedenti, le priorità e la tempistica; verrà attivato, organizzato e supportato il Gruppo di Lavoro.*

### **Monitoraggio dei risultati.**

*Verifica periodica tramite tecniche di auditing dello stato dei trasporti.*

### **Le principali aree di intervento**

Molte volte le aziende affrontano il problema della riduzione dei costi di trasporto agendo prevalentemente sulla competitività che riescono a generare tra gli operatori del settore; in realtà è necessario avere un approccio a più ampio spettro così da coinvolgere gli aspetti organizzativi e di pianificazione delle attività, definire le modalità tariffarie più interessanti, saper individuare facilmente gli operatori più convenienti per una determinata consegna/destinazione, individuare e gestire un adeguato set di indicatori di costo e di prestazione (solo misurando si è in grado di migliorare).

Molto spesso non vengono prese in considerazione le opportunità che si possono cogliere agendo su aspetti collaterali al trasporto come ad esempio la natura e la tipologia degli imballi o delle Unità di Spedizione e la collaborazione di filiera a monte con i fornitori e a valle con i clienti.

Simco interviene per migliorare le prestazioni e diminuire i costi di trasporto provvede a:

- Analizzare i flussi di traffico, ridefinire le tratte ed i giri di consegna impiegando avanzati algoritmi matematici sviluppati su specifici software di ottimizzazione;
- Determinare i livelli di saturazione degli automezzi e definire le migliori modalità di carico;
- Valutare la convenienza di scelte "make or buy" nell'ambito della gestione dei trasporti, selezionare gli operatori del settore e fornire assistenza al tender;
- Analizzare e valutare i contratti in essere e determinare la struttura tariffaria e il modello contrattuale ottimale anche alla luce dei più recenti sviluppi normativi;
- Progettare e installare cruscotti per il controllo dei KPI dei trasporti realizzati con tecniche di Business Intelligence;
- Formare e supportare le Risorse Umane coinvolte nel processo di distribuzione, definendone il ruolo e le mansioni in un quadro più ampio di revisione organizzativa mirante ad ottenere maggiori livelli di efficacia ed efficienza.

Mevis  
Michelin Italiana  
Migliore  
Miroglio (Vestebene)  
Moeller  
Motovario  
Nastri  
Natex International Trade  
Neopharmed  
Neon Toma  
Nestlé Italiana  
Net Engineering  
Nexion  
Nordica  
Novartis  
Nuova Moscato

Nuova Roj Electrotex  
Nuova Signorini  
NYK Logistics Italy  
Oleodinamica Perderzani & Zini  
Olitalia  
OMB Saleri  
Orsi Macchine Tessili  
Ospedale Sant'Anna  
Osram  
Oto Melara  
P3  
Paglieri Sell System  
Panasonic Italia  
Para'  
Pelucchi  
Pharmaidea

Philips Italia  
Pioneer Italia  
Piovan  
Pittarello Diffusion  
Plasson Italia Unipersonale  
Pneus 2000  
Ponti  
Porta  
Prada Industrial  
Prati  
Primadonna  
Reckitt Benckiser Italia  
Revello  
Rhiag  
Rhône Poulenc Agro  
Riccobono

Riello Bruciatori Legnago  
Roche Diagnostics  
Rossini Trading  
Rummo Molino E Pastificio  
S.a.f.a.r.  
Sacchi Giuseppe  
Sacmi Imola  
Safilo Industrie  
Samsung  
Saratoga Sforza  
Scaramuzza  
Selegiochi  
Sept Italia  
Shell Italia  
Sia Biffignandi  
Siae Microelettronica





## Simco è... Outsourcing

L'outsourcing delle attività logistiche in Italia è una prassi decisamente consolidata per quanto concerne i trasporti (ormai quasi nessuna azienda possiede un'importante flotta di camion) mentre vive fasi di alterna fortuna per quanto riguarda le attività connesse alla gestione dei magazzini (housing ed handling) facendo rilevare, tra l'altro, una propensione a tale prassi operativa più bassa della media europea.

### Il metodo utilizzato Studio di Fattibilità

Per prima cosa è necessario conoscere con esattezza i costi attuali concernenti l'housing e l'handling e il conseguente livello di servizio che esprime; quindi sulla base delle necessità operative e delle previsioni aziendali concernenti gli aspetti logistici si valutano una serie di ipotesi alternative quali, ad esempio: riorganizzazione del magazzino esistente, realizzazione di una nuova unità parzialmente terziarizzata, affidare il magazzino ad una Terza Parte Logistica. Il confronto tra le diverse situazioni permette di individuare la migliore opzione quantificando oneri e risparmi e di identificare le fasi e i tempi della trasformazione.

### Assistenza alla realizzazione

Si provvederà alla pianificazione delle fasi e dei tempi di realizzazione e quindi ad assistere lungo tutto il processo: dall'individuazione e scelta del Provider logistico (definendo gli aspetti tecnici, prestazionali e contrattuali del servizio di outsourcing) alla gestione del trasloco e la fasi di avviamento del servizio.

### Controllo periodico dell'efficienza

Successivamente alla messa in funzione si verificano i risultati effettivamente raggiunti e le cause di eventuali scostamenti dagli obiettivi che erano stati prefissati e si stabiliscono i nuovi obiettivi da raggiungere, con logiche di "miglioramento continuo".

### Le principali aree di intervento

Indubbiamente decidere di affidare in outsourcing la propria logistica implica effettuare delle scelte che hanno un impatto rilevante e complesso sull'azienda: si devono affrontare temi di carattere logistico, commerciale, finanziario, economico, etico con risvolti che sicuramente si riversano sulla sfera strategica aziendale, piuttosto che su quella tattica. Per questo motivo le scelte non sono mai semplici da prendere e richiedono un percorso d'analisi ben articolato per evitare di sbagliare, tenendo anche conto che dare in outsourcing la logistica è un processo, come già si è detto, abbastanza complicato ma può essere ancora più complesso affrontare il percorso inverso, cioè riportarsi "in casa" la propria logistica a seguito di un ripensamento o di un insuccesso del provider.

Simco, assieme a voi, può:

- Valutare la convenienza economica, e non solo, a scegliere l'outsourcing della propria logistica procedendo a confrontare i costi attualmente sostenuti (eventualmente corretti affrontando un percorso di miglioramento interno dell'efficienza del magazzino) con quelli che potrebbe esporre una Terza Parte Logistica. In questa fase si metteranno in evidenza anche tutti gli aspetti, positivi e negativi, che potrebbero concorrere a prendere la decisione se terziarizzare oppure no.
- Pianificare le tappe del processo di outsourcing e assistere il proprio Cliente nelle seguenti fasi:
  - redazione delle specifiche funzionali e tecniche per il tender di assegnazione del servizio
  - definizione dell'articolazione tariffaria alla quale dovranno attenersi le 3PL che partecipano al tender
  - identificazione dei KPI che serviranno per misurare la qualità del servizio espresso dalla 3PL e per impostare un sistema di "premi e penali"
  - audit logistico delle 3PL interpellate ed in particolare dei siti in cui propongono di effettuare il servizio raccolta, commento, omogeneizzazione e tabulazione tecnico/economica delle offerte, assistere nella scelta della 3PL, assistere nelle fasi di trasformazione e nell'avviamento delle attività di outsourcing.

Sicad  
Sidel  
Siem  
Sika Italia  
Silvio Colombo  
Sipcam  
Sirap-Gema  
Sitia Yomo  
Skf Cuscinetti  
Snam Rete Gas  
So.farma.morra  
Sofad  
Sol  
Solplant Zeneca  
Sorma

SoprOreal L'Oreal Paris  
Sosir  
Spal Automotive  
Spemital  
Staples  
Starline  
ST Microelectronics  
Studiofarma  
Subaru  
Super Rifle  
T.C. Logistics  
T.i.e.m.  
Tamma  
Targetti Sankey  
Teddy

Telesystem  
Tempur  
Terzia  
Teva Italia  
Texpro  
The General Soft Drinks  
Thermoquest Italia  
Thun  
Tipografia Mori & C.  
Tnt Logistics Italia  
Toninelli  
Trench Italia  
Trione Ricambi  
Trw Automotive Italia  
Uniflex Utiltime

Unione Farmacisti Liguri  
Usag-utensilerie Associate  
V.E.M.  
Valuer  
Valvosider  
Vibram  
Vim  
Volkswagen  
VRB  
Wavin - Divisione Plastistamp  
Weidmuller  
Zanotti  
Zust Ambrosetti



## Il metodo utilizzato

### Analisi preliminare

*Si definiscono le specificità dell'intervento attraverso la definizione dei reali bisogni individuando piani di formazione su competenze specifiche.*

### Fase di intervento

*Il Docente alterna sessioni di formazione in aula con momenti di colloqui personali o collettivi in cui affrontare la specificità del problema. La dilazione della fase di intervento assicura un duplice risultato: da un lato l'alternanza di sessioni formative e di momenti lavorativi migliora l'assimilazione delle nozioni teoriche (immediata applicabilità e riscontro day by day), dall'altro diluisce l'impegno, in termini di ore, dei partecipanti. L'utilizzo di strumenti avanzati come l'e-learning garantisce il massimo dei risultati ottimizzando il rapporto costi/benefici.*

### Follow-up

*È la fase del riscontro in cui si valuta l'efficacia dell'intervento formativo. In questa fase si opera mediante colloqui e questionari che tengono in considerazione sia l'apprendimento specialistico che quello manageriale.*

### Docenti

*L'esperienza di Simco nell'ambito della consulenza diventa preziosa negli interventi di formazione, dove la competenza e l'esperienza del consulente sono necessarie tanto quanto la chiarezza e la capacità di coinvolgimento del formatore. I nostri Docenti sono tutti consulenti esperti e sono formati e competenti nella gestione dell'aula.*



UNI EN ISO 9001:2008  
N° 9175 SIMCO  
Settori: EA 35 - EA 37

## Simco è...

# Formazione in house o personalizzata

Simco, dal 1981 svolge con successo attività di consulenza e ritiene necessario che le persone siano preparate professionalmente e quindi che la formazione costituisca una delle principali leve per la competitività aziendale.

SIMCO, oltre alla formazione a catalogo, offre la possibilità di progettare interventi formativi in house. La formazione in house si caratterizza come un processo che tende a risolvere problemi ben precisi, innescando comportamenti efficaci da parte di coloro che, nello specifico contesto aziendale, devono affrontare e gestire le varie situazioni. SIMCO interviene sulle capacità tecniche e teoriche senza però mai dimenticare quelle manageriali (quali la motivazione, l'assertività, il lavoro in team) sempre più fondamentali in un'epoca in cui la valenza della delega e il raggiungimento degli obiettivi hanno assunto un'importanza strategica.

Al fine di rispondere al meglio alle caratteristiche di ogni realtà aziendale, vengono progettati e realizzati percorsi formativi su misura concepiti sulle specifiche esigenze del cliente attraverso un'analisi dettagliata delle problematiche del settore di appartenenza della società.

La formazione in house consente di personalizzare e concordare nel dettaglio i contenuti, la durata, le metodologie didattiche, il numero dei partecipanti e gli aspetti organizzativi legati alla logistica, conciliando le date dei corsi con la disponibilità dei partecipanti e con le esigenze aziendali.

L'obiettivo di questi progetti è quello di accrescere le competenze e la motivazione del personale creando percorsi didattici che abbiano un forte e duraturo impatto, che incidano sulla cultura aziendale comune e sul senso di appartenenza e che consentano un'ottimizzazione dei costi.

I servizi proposti da SIMCO sono:

- ASSESSMENT DELLE COMPETENZE

è un progetto di consulenza che permette di individuare le competenze richieste dai ruoli, analizzare le capacità tecniche e/o relazionali delle persone, individuarne i punti di forza e di debolezza, proporre i percorsi formativi idonei a riequilibrare i gap di competenze.

- FORMAZIONE FINANZIATA

un'ottima opportunità per le aziende che vogliono investire nella formazione: la possibilità di sviluppare progetti formativi (anche molto articolati), a costo zero, usufruendo di circa 20 fondi interprofessionali presenti in Italia. Simco ha, da oltre quindici anni, la **certificazione di qualità secondo la norma ISO 9001:2008 per i settori EA35 e EA37** necessaria per la formazione finanziata.

- SVILUPPO DELLE COMPETENZE

percorsi di sviluppo di competenze specifiche che prevedono l'utilizzo integrato di molteplici modalità formative: formazione d'aula, assessment, ricerche sul campo, affiancamenti, etc. .



- **FORMAZIONE IN HOUSE BLENDED**

L'obiettivo di questo modello formativo è integrare l'aula classica (animata da docenti esperti e preparati) con le tecnologie informatiche più innovative a supporto dell'apprendimento. La modalità "blended" non punta ad attribuire priorità a nessuno dei suoi momenti formativi, entrambi, quello in presenza e quello on-line, sono funzionali al perseguimento dell'unico vero obiettivo: il miglioramento costante e duraturo degli atteggiamenti e delle competenze. La sfida, quindi, diventa quella di scegliere, per ogni modulo del programma formativo, la modalità che presenta il miglior rapporto costi/benefici: più spazio all'approfondimento di temi specifici, al confronto tra docente e discenti, ai casi aziendali, alle esercitazioni e ai role play.

- **FORMAZIONE ON THE JOB**

offre l'importante possibilità di attivare un processo di apprendimento strettamente legato all'operatività quotidiana rinunciando, almeno parzialmente, alla lezione in aula per apprendere lavorando.

- **TUTORING IN AZIENDA**

l'acquisizione di nuove forze in azienda, o l'utilizzo di lavoro temporaneo, non implica solo un adeguato percorso formativo ma anche un'attenta fase di inserimento. Un esperto SIMCO, dopo aver scelto con la Direzione il tutor interno, progetterà assieme a quest'ultimo il piano di inserimento e affiancamento della nuova risorsa.

- **AFFIANCAMENTO IN AZIENDA**

permette di individuare (monitoraggio delle risorse), consolidare (redazione di Percorsi di sviluppo professionali) e far affermare (sviluppo delle capacità strategiche) le risorse di maggior talento all'interno dell'Azienda.

## Tra i nostri clienti:

A.G.I.M.E.  
ABB TRASFORMATORI  
ADIDAS ITALIA  
AD PERSONAM  
ALCANTARA  
AMC ITALIA  
AMPLIFON  
ANDREAS STIHL  
ARCESE  
ARVIN  
ASL 20 ALESSANDRIA E TORTONA  
ASL 21 CASALE MONFERRATO  
ASS. INDUSTRIALI DI AREZZO  
ASSOCIAZIONE SISTEMI FORMATIVI  
AZIENDALI VALLE SERIANA  
ASSOSERVIZI AREZZO  
ATENA SERVIZI  
AZ. OSPED. O.I.R.M. S.ANNA  
AZ. OSPED. S.ORSOLA MALPIGHI  
BESANA  
BOLDRINI IMPORT-EXPORT  
BON PRIX  
BTICINO  
BULLONERIE BERARDI  
CAMERA DI COMMERCIO PAVIA  
CAMERA DI COMMERCIO PISA  
CAPRARI  
CE.DI. CONAD PUGLIA  
CEMP  
CENIGOMMA  
CENTONZE  
CENTRALE DEL LATTE DI TORINO  
CERTAM  
CFMT  
CHIRON  
CIS REGGIO EMILIA  
CMS

COBRA  
CO.FA.PI.  
CO.SA.FA.CA.  
CO.TA.FAR.TI.  
COCA-COLA  
CODIME  
COMAU - UTS  
COOFARMA SALENTO  
COOP ITALIA  
COOPSERVICE  
CORGI  
COROFAR  
COVEMA VERNICI  
DE BORTOLI  
DIESEL  
DISTRIBUZIONE INDUSTRIALE  
DRIVE SERVICE  
ELABORA - FONCOOP  
ELECTROLUX HOME PRODUCTS  
ELETTRO ITALIA  
FABRIZIO ING. PLINIO  
FAE  
FARVIMA MEDICINALI  
FEDON  
FEDRIGONI  
FIAT AUTO  
FISCHER  
FLORA  
FONDAZIONE MUSEO  
DELLO SCARPONE  
FOSBER  
FRESENIUS MEDICAL CARE ITALIA  
GHIAL  
GONDRAND  
GRUPPO BONAZZI  
GRUPPO CONCORDE  
GS CARREFOUR

HALLIBURTON ITALIANA  
IBM  
IMMERGAS  
INCAS  
INTERPORTO RIVALTA SCRIVIA  
ISFOR 2000 BRESCIA  
ISPADUE  
ITALFARMACO  
ITAM  
IVECO  
JUNGHEINRICH ITALIANA  
KIEPE ELECTRIC  
LA.PA.SCA.  
LABEN  
LASCOR  
LEVI STRAUSS ITALIA  
LOG.O  
LUCART  
LUISA SPAGNOLI  
MATTEL TOYS  
MB ELETTRONICA  
MOTOVARIO  
NESTLE' ITALIA  
NEW WAVE LOGISTICS ITALY  
NEXION  
OCEAN  
OLIVETTI TECNOST  
OM PIMESPO  
OMB SALERI  
ORSI  
PARTESA  
PAVIA SVILUPPO  
PROBIOS  
PROFILMEC  
PROFITUBI  
PROMATECH  
RASPINI

RECKITT BENCKISER ITALIA  
RED BULL  
SAF  
SANOFI AVENTIS  
SEEBER  
SELEGIOCHI  
SERVIZI INDUSTRIALI DI BERGAMO  
SICREM  
SIDEL  
SIEI PETERLONGO  
SIEMENS NIXDORF  
SIPRA  
SISMA  
SMA SUPERMERCATI  
SMEG  
SO.FARMA.MORRA  
SPEEDLINE  
STANHOME  
STAPLES - KALAMAZOO  
STAPLES - MONDOFFICE  
SUPER RIFLE  
SUSPENSION SYSTEMS ITALIA  
TECNOMAGNETE  
TECNOMOTOR  
TEXTILE PRODUKTE  
THUN  
TITANTEX  
TRASFOR  
TRENCH  
TRIONE RICAMBI  
UNIPRO  
VOLKSWAGEN  
YAMAHA  
ZANOTTA

# Offerta dei Corsi

**Logistica** pag. 12

**Outsourcing e Trasporti** pag. 28

**Produzione** pag. 34

**Acquisti** pag. 42

**Risorse Umane** pag. 51

**Marketing e Vendite** pag. 56

**Workshop** pag. 62





**Logistica**

# Gestione della logistica: fondamentali

Concetti base dei processi logistici

*Il seminario è destinato alle persone che devono cominciare a confrontarsi con le problematiche inerenti le attività di magazzino e, più in generale, con la gestione logistica.*

*Partendo dal concetto di logistica integrata vengono introdotti tutti gli aspetti fondamentali relativi agli elementi che costituiscono il sistema logistico: dalla gestione degli approvvigionamenti e delle scorte alle fasi di produzione e distribuzione.*

## PROGRAMMA

### • La logistica oggi

L'evoluzione della logistica  
Il processo logistico e il vantaggio competitivo  
Il servizio al cliente  
L'integrazione interna ed esterna: l'Azienda estesa  
La supply chain

### • I segmenti della logistica

Gli approvvigionamenti  
La gestione delle scorte  
La pianificazione e la programmazione della produzione  
L'evasione dell'ordine e la struttura distributiva  
I trasporti

### • Le attività e le strutture logistiche

Il ricevimento delle merci e lo stoccaggio  
Le differenti tipologie di magazzino  
Il picking  
La distribuzione fisica

### • Il monitoraggio delle prestazioni e dei costi

Il rapporto costo-servizio  
La misurazione delle prestazioni (KPI)  
L'indagine sul livello di servizio  
L'Activity Based Costing  
Il benchmarking  
Il reporting e i cruscotti

### • L'Information Technology e la gestione delle informazioni

I sistemi integrati di comunicazione e gestione  
L'identificazione automatica e la trasmissione delle informazioni  
I software di gestione operativa (WMS)

### • L'outsourcing logistico

I perché della terziarizzazione  
La progettazione e la realizzazione della terziarizzazione  
Le tendenze

## Durata e costi

Durata: 2 giorni  
21/22 aprile 2015  
12/13 ottobre 2015  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. L01**

## → A chi è indirizzato

**Neo logistici**  
**Logistici da riqualificare**  
**Tutti coloro che devono acquisire le conoscenze di base dei processi logistici per applicarle concretamente in azienda**

## → Obiettivi

- dare una visione generale della gestione di un sistema logistico
- fornire gli strumenti conoscitivi di base per affrontare i principali problemi connessi alle fasi operative

# Logistica

## Supply Chain Management

Strategia, pianificazione e operation

*Una visione globale della catena logistica, dal fornitore del nostro fornitore al cliente del nostro cliente è l'elemento base per l'ottimizzazione della Supply Chain definendone le strategie e realizzando la migliore organizzazione, anche grazie alle tecnologie oggi disponibili. Questo modo di vedere la catena logistica pone l'Azienda al centro di un insieme di flussi, d'acquisto, di produzione e di vendita, che va al di là della semplice installazione di un nuovo sistema informativo, o del miglioramento organizzativo di una funzione aziendale. Si deve prima stabilire la strategia e l'organizzazione dell'impresa, passando da una visione puntuale ad una gestione globale, individuando le attività con valore aggiunto capaci di controbilanciare l'erosione dei prezzi di vendita.*

### PROGRAMMA

#### • Da Azienda tradizionale ad Azienda Estesa

L'evoluzione della logistica  
Il processo logistico e il vantaggio competitivo  
Nuove esigenze del cliente e nuova cultura aziendale  
L'evoluzione nella gestione dei processi

#### • La supply chain

Definizione  
Le aspettative delle aziende  
Le logiche organizzative  
Gli obiettivi e le opportunità

#### • Il Supply Chain Management (SCM)

Gli obiettivi strategici del SCM  
L'organizzazione, la gestione e gli strumenti

#### • Gli approvvigionamenti e le scorte

La gestione strategica degli approvvigionamenti  
Il marketing d'acquisto  
L'evoluzione del concetto di scorta  
La matrice incrociata scorta-movimentazione  
I modelli di gestione delle scorte

#### • La logistica di produzione

Gli elementi di base  
La pianificazione e la programmazione della produzione

#### • La distribuzione. Fase finale del processo logistico

Le reti distributive  
La gestione dell'ordine  
Le strutture fisiche dei Centri Distribuzione  
La gestione dei trasporti

#### • La realizzazione e il mantenimento della supply chain

Le fasi di realizzazione  
Gli strumenti di monitoraggio e i supporti informatici

### Durata e costi

Durata: 2 giorni  
17/18 marzo 2015  
6/7 ottobre 2015  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. L02**

### → A chi è indirizzato

**Responsabile Logistica**  
**Responsabile Produzione**  
**Responsabile Vendite**  
**Material Manager**  
**Responsabile Distribuzione fisica**

### → Obiettivi

- evidenziare l'evoluzione del mercato e le attese che questo ha verso il sistema logistico
- approfondire la conoscenza di ciò che può fornire vantaggio competitivo
- promuovere un confronto fra le esigenze dei partecipanti

# Il miglioramento continuo nei processi logistici

Analisi dei processi ed interventi di miglioramento: la Lean Six Sigma al servizio della logistica

*La struttura del mercato mondiale e l'attuale fase di congiuntura economica impongono alle aziende una continua spinta verso l'eccellenza nella qualità del servizio unita ad un continuo e sempre più pressante contenimento dei costi: la logistica è uno dei settori in cui queste esigenze sono sempre più spasmodiche ed il cui raggiungimento risulta essenziale per poter operare in maniera competitiva.*

*Questa necessità si scontra con studi di benchmark che mostrano come i costi dei servizi, comprese le attività di servizio logistico, sono tipicamente gonfiati del 50% da costi superflui: i processi assorbono infatti ingenti risorse per attività che non generano valore per il "cliente". Il modello Lean (con le sue tecniche volte al miglioramento della velocità dei processi) implementato congiuntamente alla metodologia Six Sigma (con i suoi strumenti volti al raggiungimento della perfezione) può instaurare nella logistica meccanismi di lotta agli sprechi in grado di aggredire attività a non valore aggiunto, garantendo un salto di qualità verso l'efficacia e l'efficienza.*

## PROGRAMMA

### • Una simulazione introduttiva: un flusso documentale di logistica distributiva

### • Introduzione all'analisi dei processi

Definizione di processo

Le mappe di processo: SIPOC, top down, swim lane e value stream map

### • L'approccio Lean Six Sigma: l'incontro di un modello e di una metodologia

I principi "Lean" e il valore della velocità

I quattro pilastri del modello Lean:

- la definizione di valore: i 4 passaggi per l'impostazione rapida
- il flusso di valore: una applicazione del principio di Pareto
- la logica pull: il Kan ban
- la perfezione

### • la metodologia Six Sigma: i concetti chiave

Significato statistico

Business case: il controllo statistico delle giacenze

La rappresentazione e gli indicatori della stabilità dei processi

Business case: il monitoraggio dei tempi di consegna

La logica DMAIC

Alcuni strumenti verso la perfezione: il Poka Yoke

### • Il perché della sinergia: lean + Six Sigma

Un'ultima simulazione: la filiera distributiva

### • I clienti della logistica: ascoltare la loro voce

Come recepire la voce del cliente e trasformarla in requisiti di servizio

## Durata e costi

Durata: 1 giorno

28/29 aprile 2015

14/15 ottobre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,

coffee break e colazione di lavoro

Rif. L03

## → A chi è indirizzato

**Responsabili logistica**

**Responsabili supply chain**

**Analisti**

**Direttore operations**

**Project Manager**

**Responsabili di piattaforme logistiche**

## → Obiettivi

- Apprendere le logiche di analisi dei processi
- Misurare velocità e perfezione dei propri processi logistici
- Implementare gli strumenti "lean" per il miglioramento della velocità dei processi
- Implementare strumenti "six sigma" volti alla ricerca della perfezione



# Progettare o ottimizzare una rete distributiva

Come rispondere all'aumento delle necessità di servizio senza penalizzare i costi

*Per ogni Azienda, l'individuazione dello schema distributivo che sia in grado di garantire un livello di servizio di eccellenza (tale cioè da configurarsi come un vero e proprio fattore distintivo rispetto ai competitori) minimizzando però il complesso dei costi – tra loro in antagonismo – relativi alla gestione dei magazzini, alla consistenza delle scorte e all'effettuazione dei trasporti, risulta essere un passo strategico nonché un esercizio altamente sfidante, che può essere affrontato con successo solamente se si dispone di un metodo adeguato e della conoscenza delle più attuali tecniche manageriali e degli strumenti di analisi ed operativi maggiormente prestanti.*

## PROGRAMMA

### • La distribuzione moderna

Ruolo nell'ambito dell'organizzazione logistica  
La distribuzione e le altre funzioni aziendali  
Tipologia di reti distributive e nuove tendenze

### • La distribuzione e il livello di servizio

L'evoluzione del mercato  
Quali obiettivi?  
Il Livello di Servizio: la misura dell'efficacia

### • I costi della distribuzione

Efficienza: la misura dei costi  
Magazzino, Scorte, Trasporti  
Interdipendenza dei costi

### • L'ottimizzazione della rete: progetto strategico o miglioramento continuo?

Elementi per la modellizzazione della rete  
Comparare scenari alternativi, o ricerca dell'ottimo teorico?  
La definizione del numero e del tipo di magazzini. Tecniche, metodi e strumenti per la soluzione di problemi complessi  
Il problema dell'allocazione delle scorte nella rete

### • Le principali leve per il raggiungimento degli obiettivi

La definizione dell'assetto organizzativo  
Strategie e politiche di ri/approvvvigionamento  
Le modalità di trasporto  
Make or buy? Quando Usare al meglio le opportunità offerte dalle 3PL

### • Gli strumenti ICT per l'ottimizzazione

Strumenti di pianificazione, ottimizzazione e controllo (una panoramica)  
Tracciabilità e localizzazione

### • Green logistics: prospettive, opportunità, vincoli

### • Casi aziendali

## Durata e costi

Durata: 2 giorni  
2/3 febbraio 2015  
21/22 ottobre 2015  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. L04**

## → A chi è indirizzato

**Direttore Generale, Direttore Operations**  
**Responsabile Supply Chain**  
**Responsabile logistica**  
**Responsabile distribuzione fisica,**  
**Responsabile magazzino**  
**Responsabile trasporti**  
**A tutti coloro che vogliono attuare un processo di miglioramento in magazzino**

## → Obiettivi

- fornire il metodo e gli strumenti di indagine e di progetto per valutare e ridisegnare la propria rete distributiva coniugando costi e livello di servizio
- definire quanti magazzini, quanti depositi e piattaforme, quali scorte ai vari livelli, tipi di rifornimenti (push o pull), etc.

# Progettare o riorganizzare un magazzino

Requisiti, controllo, tecnologie, organizzazione e layout per avere un magazzino efficiente

*Il servizio logistico che l'Azienda è in grado di erogare ai suoi Clienti è fortemente legato alla qualità e all'efficienza del magazzino.*

*Il magazzino ha un obiettivo preciso: da centro di costo deve evolvere verso centro di servizio e di profitto.*

*Questo obiettivo non è raggiungibile solo attraverso tecnologie e attrezzature di stoccaggio e movimentazione adeguate. E' sempre più necessario strutturare e governare le informazioni di magazzino secondo indirizzi orientati alla catena logistica; individuare modelli di organizzazione del lavoro costruiti sulle nuove necessità del mercato; controllare e migliorare le prestazioni dell'impianto per avere il massimo dalle sue risorse.*

*Il corso analizza i temi sopra elencati, evidenziando la forte integrazione che esiste fra un buon progetto ed un risultato finale che rispecchi gli obiettivi dell'intervento, sia di reingegnerizzazione parziale sia di nuova realizzazione.*

*Durante l'erogazione del seminario è prevista la presentazione di alcuni case history realizzati da Simco e delle esercitazioni collegate ai temi analizzati.*

## Durata e costi

Durata: 2 ore circa on line + 2 giorni di aula  
25/26 febbraio 2015 - 12/13 maggio 2015  
23/24 settembre 2015 - 18/19 novembre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro

Rif. L05

## PROGRAMMA ON LINE

### • La logistica e il magazzino

Le necessità e i costi

Gli indicatori di prestazione

### • Il magazzino e il livello di servizio

L'importanza del servizio e i costi del servizio

Gli obiettivi del servizio

### • Il magazzino e la struttura distributiva

La gestione delle merci e delle informazioni

Le reti distributive: assetto, servizio e costi

### • Il magazzino e la gestione delle scorte

Le scorte: attività collegate e costi

L'analisi ABC incrociata

## PROGRAMMA IN AULA

### • La gestione delle Risorse Umane e le procedure di lavoro

L'organizzazione del personale: le fasi evolutive

Le Risorse Umane in magazzino: la motivazione

Le procedure operative: scopo, utilizzo, applicazione

### • La progettazione del magazzino

Il Master Plan, il Modello Ideale, il Layout

La progettazione integrata e le sue fasi

Lo studio di fattibilità: il metodo, il team di progetto, i dati, la valutazione del progetto

L'Unità di Carico: tipologie e criteri gestionali

Esercitazione: il pre-dimensionamento del magazzino

### • Il magazzino e gli strumenti EDP

L'identificazione automatica: tecniche e strumenti

La trasmissione dati senza cavo e i terminali mobili

Il Software di Gestione Operativa

### • I processi di magazzino

L'ingresso, la gestione delle merci, i processi collaborativi

Esercitazione: il dimensionamento dell' UdC del magazzino

Lo stoccaggio delle merci e i criteri di ubicazione

Le tecniche di stoccaggio a confronto

I mezzi di movimentazione interna: il corretto utilizzo

Il picking: le problematiche generali

Le attività di spedizione

### • Magazzini tradizionali e magazzini automatici

I benefici dell'automazione

I vantaggi dell'automazione: cosa automatizzare

### • La realizzazione del magazzino

Un confronto fra soluzioni alternative di progetto

La simulazione

Le azioni per una realizzazione efficace

### • Case study

## → A chi è indirizzato

**Responsabile di Direzione**  
**Responsabile della Logistica**  
**Responsabile del Magazzino**  
**Responsabile di Metodi e Organizzazione**  
**Materials Manager**

## → Obiettivi

- fornire elementi conoscitivi e metodologici legati all'organizzazione, alle tecnologie, alla realizzazione e alla messa in esercizio del magazzino
- simulare alcune importanti fasi di progettazione del magazzino
- promuovere un confronto fra le esperienze dei partecipanti

# Logistica

## Ottimizzare il picking

Governare l'organizzazione del lavoro, la gestione, le prestazioni e i costi

*Fra i processi di magazzino il picking è quello che assorbe la maggior quantità di risorse umane dirette, (mediamente il 40 ÷ 50% degli addetti) che influisce significativamente sul livello di servizio ai Clienti e determina efficienza e qualità del magazzino stesso.*

*Come ottimizzare questo delicato e costoso processo attorno al quale si organizza tutto il magazzino e che ha un impatto immediato sul Cliente?*

*Quali tecnologie, modelli organizzativi e gestionali sono da prevedere per evadere ordini sempre più frequenti, urgenti, di piccole dimensioni e valore, garantendo al contempo delle consegne tempestive e prive di errori?*

*Nel seminario si esamineranno le discriminanti per ottenere i risultati migliori sotto ogni profilo e verranno presentati dei Case History realizzati, sia ad elevata automazione che di tipo più tradizionale.*

### Durata e costi

Durata: 1 giorno

14 aprile 2015

15 ottobre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 800 + IVA

Include il materiale didattico,

coffee break e colazione di lavoro

Rif. LOG

### PROGRAMMA

#### • Il magazzino moderno: trend e necessità e progetto

Le attuali condizioni di mercato e il loro impatto sul picking

Il progetto del magazzino e del picking

- i dati di progetto
- gli errori da evitare
- il metodo e il team di lavoro
- i criteri di valutazione del progetto
- dallo Studio di fattibilità alla messa in esercizio

#### • Le principali soluzioni organizzative

Prelievo per ordine, prelievo massivo, prelievo per batch

Uomo alla merce vs. merce all'uomo, sistemi misti

Le sottoattività del processo di picking

L'ottimizzazione del display, le strategie di lavoro e di routing

Il picking e le scorte

Le attività complementari al picking

#### • Strumenti e ICT per il picking

Il WMS e il picking

Altri strumenti ICT per ottimizzare i processi di picking

- L'identificazione automatica
- I Terminali palmari e la RF
- La Ricognizione vocale

#### • Le principali soluzioni tecniche e tecnologiche

Mezzi, attrezzature, tecniche di prelievo

Picking di prodotto voluminoso

Picking di minuteria

Il pick to light

Il put to light

Sistema a decision point

Altro

#### • La misurazione delle prestazioni

La misurazione e il miglioramento continuo

L'analisi del lavoro e le procedure

Il benchmarking

I KPI

L'articolazione dei costi

#### • Case History realizzati da SIMCO

Un caso ad elevata automazione dell'handling

Un caso ad elevata automazione delle informazioni

Altro

### → A chi è indirizzato

Responsabile logistica

Responsabile distribuzione fisica

Responsabile magazzino

**A tutti coloro che vogliono attuare un processo di miglioramento in magazzino**

### → Obiettivi

- Evidenziare le relazioni fra il picking e tutti i processi aziendali, per il miglioramento del Servizio e della Qualità
- Relazionare il picking all'organizzazione più generale del magazzino
- Analizzare le migliori strategie e tecniche organizzative per l'efficienza

del picking

- Individuare le discriminanti principali per stabilire quali tecnologie e strumenti di picking adottare
- Conoscere, mediante l'analisi dei casi realizzati, vantaggi e problemi delle soluzioni adottate

# L'Audit di magazzino: individuare ed eliminare i punti di debolezza

Un'indagine rapida ed efficace per tracciare la strada verso il cambiamento

*Il magazzino è oggi giustamente ritenuto un elemento cruciale per il conseguimento degli obiettivi di servizio, il che deve però avvenire a costi adeguati: tuttavia, non sempre le Aziende hanno il tempo, le competenze e/o il necessario distacco dal proprio vissuto per giudicare in modo obiettivo le azioni più corrette da intraprendere per allineare le prestazioni del magazzino ai requisiti.*

*Le possibili azioni correttive abbracciano un'ampia casistica che spazia dalla revisione dell'organizzazione, passando per la re-ingegnerizzazione dei processi, fino ad arrivare ad implementazioni tecnologiche (automazione ed informatizzazione) complesse, costose e talvolta non prive di rischi di progettazione e realizzazione.*

*Un Audit affidato a consulenti esperti e supportati da una metodica collaudata è il modo più rapido, economico e affidabile per inquadrare punti di forza e di debolezza del proprio magazzino e per ottenere un "piano d'azione" articolato sulle varie "leve" che si possono agire per migliorare e focalizzato sulle priorità e sulle effettive necessità, per arrivare a un magazzino di eccellenza.*

## Durata e costi

Durata: 1 giorno  
8 aprile 2015  
24 novembre 2015  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 800 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. L07**

## PROGRAMMA

- **Perché è importante il magazzino in un'azienda moderna?**  
Qual è l'impatto del magazzino sui costi e sul livello di servizio?  
Dove nascono gli extra-costi e i disservizi? Alcune possibili cause
- **Il "Sistema" Magazzino: il ruolo dell'organizzazione e delle persone**  
Le funzioni in magazzino: analisi critica dell'organizzazione  
Le procedure operative formalizzate
- **Il "Sistema" Magazzino: il layout come frutto del miglior compromesso tra sfruttamento degli spazi ed efficienza delle operations**  
I principali indicatori di prestazione e di costo  
L'efficienza delle operazioni vs. l'efficienza degli spazi  
Tecniche di stoccaggio e movimentazione (accenni)
- **Il "Sistema" Magazzino: l'informatica come base per ottenere dati e per condurre al meglio le operations**  
L'impatto di un buon sistema informativo  
Architettura base di un sistema IT: distribuzione e gestione delle informazioni
- **Misurare per conoscere: il presupposto dell'audit e della buona gestione del magazzino**  
Gli strumenti di misurazione e controllo: la business intelligence  
Le caratteristiche degli indicatori ed evoluzione del loro uso
- **L'audit del magazzino: cos'è e a cosa serve**  
Gli obiettivi e come s'inquadra nel più ampio approccio progettuale
- **Come condurre un audit di magazzino in modo efficiente ed efficace**  
Visita sul campo, osservazione diretta dei processi operativi, interviste ai componenti "chiave" dell'organizzazione  
Raccolta di dati relativi ai principali indicatori prestazionali (KPI) e ai costi: le check-list e l'Analisi dei Report aziendali per la determinazione dell'attuale efficienza e livello di servizio  
Confronto dei dati raccolti con quelli di situazioni simili (benchmarking)  
Il passo finale: dalla valutazione all'azione
- **Audit di magazzino: case-history**

## → A chi è indirizzato

**Direttore Generale, Direttore Operations**  
**Responsabile Supply Chain**  
**Responsabile logistica**  
**Responsabile distribuzione fisica**  
**Responsabile magazzino**

## → Obiettivi

- farsi in modo rapido ed economico un'idea circostanziata dei punti di forza e debolezza del magazzino
- avere un road book degli interventi necessari a raggiungere l'eccellenza secondo un'opportuna scala di priorità



# Migliorare l'efficienza del magazzino senza investire

L'organizzazione come leva per migliorare efficacia ed efficienza

*Le Aziende individuano nel magazzino una componente strategica della catena logistica e si muovono per aumentare il servizio che eroga ai clienti e per raggiungere la massima efficienza operativa, contenendo i costi. Il magazzino è spesso oggetto di analisi, studi e progetti di miglioramento tecnologico cui seguono quasi sempre investimenti talora cospicui. Simco, nella sua attività di consulenza e progettazione logistica, è frequentemente coinvolta in modo analitico in queste attività e ritiene che, molte volte, se non sempre, siano possibili miglioramenti significativi anche con "investimenti zero", utilizzando al meglio le risorse già disponibili. Il lay out è migliorabile in relazione ai flussi e alle giacenze? Il display di picking è corretto? Il rendimento di saturazione dei vani è ottimizzato? Il WMS disponibile, o i suoi succedanei sono sfruttati al meglio? E tante altre osservazioni ancora. In questo corso Simco evidenzierà il metodo, gli strumenti e le esperienze per ottenere il massimo dalle risorse disponibili, senza investire.*

## PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
"Tempi e metodi in  
magazzino"

Rif. L06 + Rif. L07  
a soli **1.280 € + IVA**

## Durata e costi

Durata: 2 ore circa on line + 1 giorno di aula  
3 marzo 2015

10 novembre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 800 + IVA

Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro

Rif. **L08**

## PROGRAMMA ON LINE

### • La logistica e il magazzino

Le necessità e i costi  
Gli indicatori di prestazione

### • Il magazzino e il livello di servizio

L'importanza del servizio e i costi del servizio  
Gli obiettivi del servizio

## PROGRAMMA IN AULA

### • La misurazione: la base del miglioramento

Il miglioramento continuo: principi e modalità di attuazione  
Gli indicatori di prestazione (KPI) del magazzino  
La realizzazione di un cruscotto: importanza e modalità

### • L'organizzazione del magazzino

La mappatura dei processi e l'individuazione delle criticità  
Le procedure operative  
La gestione delle Risorse Umane (organizzazione, job description, formazione, e motivazione)  
I rapporti collaborativi con le altre funzioni aziendali, come migliorarli  
I rapporti collaborativi di filiera, come incentivarli  
L'ICT (WMS, RF, VP, IA, RFID) nella gestione del flusso delle informazioni

### • Il ricevimento e la spedizione delle merci

La gestione del piazzale (yard management)  
Il dock to stock (vantaggi della riduzione dei tempi, quali azioni)  
I vantaggi della riconoscibilità Hi-Tech  
L'identificazione, il controllo e la formazione delle UdC  
La gestione efficace di baie di carico e quadrilateri

### • La zona di stoccaggio

L'analisi ABC sul volume e l'ABC incrociata delle giacenze  
L'analisi della saturazione delle UdC e degli scaffali (un tesoro nascosto)  
I criteri allocativi per la migliore saturazione  
La congruità di strutture e mezzi

### • La messa a dimora e la preparazione degli ordini

L'analisi ABC sui flussi (righe, pezzi, ordini)  
L'analisi della struttura e delle modalità di rilascio degli ordini  
Quali modalità di effettuazione (per ordine, riepilogo, batch, etc.)  
L'ottimizzazione dei percorsi (criteri e strumenti)  
L'importanza del display di picking  
La gestione dei rimpiazzi (la ricerca di efficienza e tempestività)  
Il controllo, l'imballaggio e la messa in quadrilatero  
La congruità di strutture e mezzi, l'ergonomia e la sicurezza

## → A chi è indirizzato

Responsabile logistica

Responsabile distribuzione fisica

Responsabile magazzino

A tutti coloro che vogliono attuare un processo di miglioramento in magazzino

## → Obiettivi

- identificare gli elementi per una concreta analisi costi/prestazioni/servizio
- fornire un metodo per la verifica delle performance logistiche
- agevolare la riprogettazione dei processi per il miglioramento delle prestazioni

# Logistica

## Tempi e metodi in magazzino

Metodi e strumenti rinnovati per introdurre il miglioramento continuo in azienda

*Come rendere più competitivo il proprio magazzino, ottenere un incremento di produttività riducendo i costi interni e senza investimenti, ottimizzare il rapporto tra risorse impiegate e risultati ottenuti? Il seminario risponde a queste domande presentando l'analisi del lavoro come uno degli strumenti più pratici e convenienti per recuperare efficienza attraverso:*

- *l'esame dei principali processi di magazzino (ricevimento, stoccaggio, prelievo, spedizione)*
- *lo studio dell'organizzazione del lavoro e delle modalità con cui viene eseguito*
- *lo sviluppo di un metodo operativo migliorato e la relativa implementazione in azienda.*

*Il seminario fornirà le nozioni teoriche di base relative ai concetti di produttività ed efficienza, allo studio dei metodi ed alle tecniche più comuni di rilievo dei tempi avvalendosi anche di molti esempi pratici riferiti a casi aziendali concreti.*

### PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
**"Migliorare l'efficienza  
 del magazzino senza  
 investire"**  
 Rif. L06 + Rif. L07  
 a soli **1.280 € + IVA**

### Durata e costi

Durata: 1 giorno  
 4 marzo 2015  
 11 novembre 2015  
 Orario: 9.00 – 17.30  
 QUOTA EURO 800 + IVA  
 Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. L09**

### PROGRAMMA

#### • Il magazzino moderno

Efficienza e produttività  
 I principali indicatori (KPI) da controllare  
 Le risorse da ottimizzare in magazzino  
 Principi di lean warehousing (alcuni esempi)

#### • L'analisi del lavoro

Quando effettuare un'analisi del lavoro  
 I campi di applicazione  
 I principali ostacoli da affrontare

#### • Lo studio dei metodi e dei tempi

Il rilievo dei tempi a cronometro  
 Lo studio dei metodi: tecniche di rilevazione di analisi  
 Lo studio dei movimenti nelle attività di magazzino  
 Eliminare gli sprechi e migliorare il lavoro produttivo  
 Il rilievo cronometrico dei tempi: come impostare e condurre lo studio  
 Le nuove tecnologie per il rilievo dei tempi  
 Le osservazioni istantanee  
 Altri sistemi per la determinazione dei tempi  
 Valutare le prestazioni: il rendimento e le maggiorazioni

#### • I risultati dell'analisi del lavoro

Come interpretare i risultati  
 Come utilizzare correttamente i risultati  
 Impostare un sistema premiante

#### • *Casi aziendali: alcuni esempi*

### → A chi è indirizzato

**Tecnici di magazzino**  
**Capi reparto di magazzino**  
**Responsabile Magazzino**

### → Obiettivi

- fornire gli elementi per acquisire una preparazione essenziale in materia di analisi del lavoro
- definire un metodo di analisi
- descrivere tecniche e tecnologie impiegabili

# I KPI per controllare e guidare la logistica verso l'eccellenza

Metodi e strumenti per costruire un cruscotto di controllo logistico

*Il giudizio sulla qualità delle prestazioni della logistica non può essere soggettivo ma si deve basare su dati oggettivi ed inconfutabili: per questo è necessario misurare.*

*Tra l'altro, l'esperienza SIMCO di oltre trent'anni di consulenza logistica ci ha dimostrato che ogni volta che si attiva un rilevamento delle prestazioni si ottengono dei duraturi vantaggi operativi: perché è possibile migliorare solo ciò che si misura. Durante il corso alterneremo in modo continuo la presentazione di metodi ed esemplificazioni di carattere applicativo al fine di fornire ai partecipanti le giuste leve operative per affrontare concretamente la costruzione di un cruscotto logistico. Con lo studio di casi reali verranno evidenziati le principali soluzioni che si possono mettere in pratica nei vari contesti di applicazione.*

## PROGRAMMA

### • Il processo decisionale ed il contesto competitivo

Le decisioni nei contesti organizzativi  
La misurazione e il reporting: loro evoluzione  
La misurazione dei fenomeni logistici in Italia: un'inchiesta di Simco

### • Indicatori di performance

L'evoluzione dei metodi di monitoraggio, analisi e gestione  
KPI: individuazione e caratteristiche  
KPI tipici del processo logistico

### • Le performance delle scorte

Livello di servizio  
Lead time Clienti e fornitori  
Rotazioni e coperture

### • Le performance del magazzino

Produttività per processo  
Lead time interni  
Correlazioni e profilo ordini

### • Le performance dei trasporti

L'incidenza del costo di trasporto sul fatturato ed i diversi criteri di tariffazione  
Il rilievo dei dati economici: il conto economico per automezzo  
Il controllo del servizio: i sistemi di localizzazione satellitare  
I parametri di controllo del servizio di trasporto e consegna

### • La struttura dei costi logistici

L'articolazione dei costi: Housing & Handling  
L'articolazione per processo  
L'Activity Based Costing

### • La costruzione di un Sistema di controllo delle performance logistiche

I Sistemi Informativi come sorgenti dati  
ETL e Data Warehousing  
La struttura e l'articolazione dei report

## Durata e costi

Durata: 2 giorni  
10/11 marzo 2015  
3/4 novembre 2015  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. L10**

## → A chi è indirizzato

**Responsabile logistica**  
**Responsabile distribuzione fisica**  
**Responsabile magazzino**  
**A tutti coloro che vogliono attuare un processo di miglioramento in magazzino**

## → Obiettivi

- identificare gli elementi per una concreta analisi costi/prestazioni/servizio
- fornire un metodo per la verifica delle performance logistiche
- agevolare la riprogettazione dei processi per il miglioramento delle prestazioni

# Il controllo di gestione per la logistica

Monitorare e migliorare la logistica attraverso le tecniche di controllo di gestione

*Ogni azienda o funzione aziendale ha la vitale necessità di governare al meglio la propria gestione sia da un punto di vista operativo che economico: pianificare, confrontare la realtà con quanto pianificato e, soprattutto, identificare ed intervenire anticipatamente ogni qualvolta si presentino criticità gestionali che potrebbero compromettere il raggiungimento degli obiettivi. La declinazione delle principali tecniche di controllo di gestione all'area funzionale logistica offre la grande opportunità innanzitutto di comprendere le implicazioni economiche finanziarie dell'operatività logistica, di installare quindi un sistema di controllo volto al monitoraggio e alla valutazione dell'operatività e, contestualmente, di sfruttare l'effetto "leva" verso il miglioramento delle performance che le medesime tecniche possono garantire.*

## PROGRAMMA

### • Il controllo delle scorte

I costi delle scorte

Business case: keep or scrap?

Gli indici di gestione delle scorte: da indicatore di performance a strumento previsionale e di monitoraggio

### • Controllo dei Costi e cash generation

Il posizionamento dei costi logistici nel conto economico

Costi diretti e indiretti, fissi e variabili

Il ruolo della logistica nel cash generation

L'ABC dei flussi logistici

### • Il budget logistico distributivo

Alcuni strumenti: analisi serie storiche / trend / stagionalità / interpolazione

Costruzione di un budget logistico distributivo

- Presentazione di un business case e suo svolgimento
- Identificazione dei cost driver e loro validazione
- La formulazione del modello di budget
- La riconciliazione del dato actual
- Principali criticità dei modelli ed eventuali rettifiche

### • La valutazioni delle performace della propria struttura logistica

La balance scored card nella supply chain

- La prospettiva del cliente
- La prospettiva dei processi interni
- La prospettiva dell'innovazione e dell'apprendimento
- La prospettiva finanziaria

L'impatto delle decisioni logistiche sulle prestazioni finanziarie di un'impresa

### • Il controllo interno nella funzione logistica

Dalla mappatura dei processi alla identificazione dei controlli

Detective control e preventive control

Business case: il control framework nella gestione del magazzino prodotto finito

## Durata e costi

Durata : 2 giorni

15/16 aprile 2015

23/24 settembre 2015

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,

coffee break e colazione di lavoro

**Rif. L11**

## → A chi è indirizzato

**Responsabili logistica**

**Responsabili supply chain**

**Analisti**

**Controller**

## → Obiettivi

- Comprendere le implicazioni economico/finanziarie delle transazioni logistiche
- Identificare gli strumenti più utili alla propria struttura logistica
- Costruire e riconciliare un budget distributivo
- Valutare la propria struttura attraverso balance scorecard e activity based costs
- Valutare il controllo interno della propria struttura

# Il demand planning: pianificare e gestire la domanda commerciale

Tecniche e metodi di supporto alle decisioni manageriali di Demand Planning & Sales Forecasting

*Il continuo aumento della numerosità e complessità dei prodotti, le crescenti aspettative in termini di livello di servizio da parte del mercato, nonché la turbolenza e l'imprevedibilità del contesto competitivo hanno un notevole impatto sulle attività della Supply Chain, la cui ottimizzazione si basa su quanto è stato pianificato circa la futura domanda commerciale dei clienti.*

*Peraltro, il funzionamento fluido e corretto dell'intera struttura aziendale – non solo della logistica – necessita di un'aggiornata pianificazione della domanda, basata anche su una solida capacità previsionale, che rappresenta l'input necessario per pianificare e coordinare le operazioni logistiche dell'impresa, ma che non può essere disgiunto da processi aziendali solidi e sistematici per un'adeguata gestione di queste informazioni.*

*Comprendere e dominare le logiche, le tecniche, gli strumenti e le best practices dei processi di Demand Planning e Sales Forecasting ed il modo in cui implementarle nella pratica, vi consentirà di sfruttare al meglio strumenti e conoscenze che spesso sono già patrimonio aziendale, purtroppo non sempre utilizzati al meglio.*

## PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
**"La gestione e il controllo delle scorte"**

Rif. L12 + Rif. L13  
 a soli **2.080 € + IVA**

## Durata e costi

Durata: 2 giorni

3/4 febbraio 2015 - 5/6 maggio 2015

6/7 ottobre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro

Rif. L12

## PROGRAMMA

### • Le logiche e le regole del Demand Planning

L'importanza del Demand Planning nel Supply Chain Management

La definizione delle coordinate "prodotto – mercato – orizzonte temporale"

La modellazione del workflow e degli utenti di Demand Planning

Demand Planning: gli input necessari e gli output da conseguire

Il processo di Sales & Operations Planning (S&OP) e le tipologie di piani di domanda (sales budget, forecast, marketing plan)

Dalla pianificazione al controllo della domanda: la scelta dei KPI per la forecast accuracy e l'analisi dei dati storici (l'importanza della Business Intelligence)

#### Esempi e casi

### • Uno sguardo al futuro: dal Demand all'Inventory Planning

Dalla pianificazione della domanda a quella del livello di servizio al cliente

Dal S&OP al SI&OP (Sales, Inventory and Operations Planning): il ruolo cruciale delle scorte

Dimensionamento della scorta di sicurezza in funzione della domanda attesa

Il ruolo del forecast nei sistemi Distribution Requirements Planning

#### Esempi e casi

### • La previsione della domanda: tecniche analitiche

Serie storiche: concetti di base e terminologia

Interpretare correttamente i dati storicizzati delle vendite, attraverso l'analisi critica degli stessi

I metodi di smorzamento esponenziale

Tecniche di regressione e correlazione lineare

I metodi per le serie storiche sporadiche a domanda intermittente

I metodi per la previsione dei nuovi prodotti

I metodi di cleaning statistico delle serie storiche

I metodi di Trade Promotion Management

Analisi degli errori previsionali ed indici di accuratezza (forecast accuracy)

Demand Sensing: come reagire ai cambiamenti repentini della domanda

Cenni ai metodi qualitativi per la definizione del sales budget ed il

Collaborative Demand Planning

#### Esempi e casi

### • Gli strumenti software a supporto del Demand Planning

L'integrazione dei sistemi di Demand Planning con i sistemi di Business Intelligence e con l'E.R.P. aziendale

Strumenti Advanced Planning & Scheduling dedicati al Demand Planning: la via per l'eccellenza?

Criteri di selezione del software migliore, analisi costi-benefici, gli errori da non commettere.

Passi per la definizione di un Forecast Assessment

## → A chi è indirizzato

Responsabile Vendite

Responsabile Marketing

Responsabile Pianificazione

Responsabile Logistica

Materials Manager

## → Obiettivi

- fornire una esauriente esposizione delle problematiche connesse alla previsione e pianificazione della domanda commerciale
- assistere i responsabili nell'applicazione delle tecniche e dei metodi più aggiornati
- individuare gli aspetti più critici del processo di pianificazione
- selezionare il metodo e lo strumento di pianificazione più adeguato



## La gestione e il controllo delle scorte

Analizzare le caratteristiche degli articoli in relazione al livello di servizio, scegliere il metodo migliore per bilanciarne la giacenza nella rete logistica

*La corretta gestione delle scorte rappresenta uno degli aspetti fondamentali per assicurare funzionalità e redditività all'azienda. La scelta di un determinato mix di scorte e la loro precisa allocazione sono elementi cruciali per il raggiungimento di elevate performance logistiche. Il livello di scorta risulta anche essere uno degli indicatori fondamentali per valutare il grado di efficienza dell'organizzazione aziendale. Pertanto è necessario raggiungere un equilibrio tra una situazione di carenza e di eccedenza delle scorte nell'ambito di un orizzonte di pianificazione caratterizzato da rischi e da incertezze. Un aspetto molto importante nella formulazione di una corretta politica di gestione è l'individuazione degli obiettivi di servizio al cliente, di previsione e controllo delle scorte nonché dei criteri di allocazione delle scorte nella rete.*

### PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
**"Il demand planning:  
 pianificare e gestire la  
 domanda commerciale"**

Rif. L12 + Rif. L13  
 a soli **2.080 € + IVA**

### Durata e costi

Durata: 2 ore circa on line + 2 giorni di aula

5/6 febbraio 2015 - 7/8 maggio 2015

8/9 ottobre 2015 - 1/2 dicembre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro

**Rif. L13**

### PROGRAMMA ON LINE

#### • Ruolo ed importanza delle scorte

Definizione, prospettiva storica, ragioni della loro presenza

L'importanza delle scorte per la redditività aziendale

#### • La gestione dei materiali a fabbisogno

Logica e meccanismi base dei sistemi M.R.P.

Punti di forza e di debolezza

#### • Sistemi multi deposito e gestione scorte

Possibili diversi ruoli dei magazzini nel network

Assortimento, disponibilità e livello di servizio: il trade-off tra costi e performance

#### • Impatto delle pratiche collaborative sulla gestione delle scorte

Le principali prassi collaborative (VMI, CRP, consignment stock, condivisione del forecast)

La visibilità: limitare l'incertezza, invece di farvi fronte con lo stock

### PROGRAMMA IN AULA

#### • Quanto costa mantenere le scorte e quanto costa invece non disporre al momento del bisogno

Costi di mantenimento: oneri finanziari, di stoccaggio, di obsolescenza

Costi di mancanza: cos'è lo stock-out e come stimarne i costi

#### • Obiettivi aziendali e gestione delle scorte

Il ruolo del gestore delle scorte nella realtà aziendale

Il livello di servizio ed il legame con le scorte

L'importanza e la necessità di avere obiettivi quantitativi e condivisi

La ricerca della situazione ottimale

#### • La previsione della domanda

L'importanza del forecast per la gestione delle scorte

Il processo di previsione e pianificazione della domanda

La forecast accuracy: come gestire gli errori di previsione

I codici basso movimentati e/o a domanda sporadica

Dal demand planning al SIOP (Sales, Inventory and Operations Optimization)

#### • Monitorare gli indici prestazionali di scorte e livello di servizio: un "cruscotto" per il gestore delle scorte

Monitoraggio del livello di servizio

Indici di rotazione e copertura

La legge di Pareto: matrici ABC incrociate e loro utilizzo operativo

**Case history di un audit completo sulla gestione delle scorte**

#### • Politiche e tecniche di gestione

Modelli a punto fisso di riordino: calcolo del Lotto Economico

Modelli a periodo fisso di riordino: calcolo dell'intervallo ottimale

Modelli misti

La scorta di sicurezza: arte e tecnica per garantire il livello di servizio prefissato

Quando si può dire di avere realmente un "sistema di gestione"

### → A chi è indirizzato

**Responsabile Logistica**  
**Responsabile Produzione**  
**Responsabile Vendite**  
**Materials Manager**  
**Responsabile Acquisti**

### → Obiettivi

- illustrare le principali tecniche operative per una corretta gestione dello stock
- proporre soluzioni efficaci per il corretto dimensionamento del livello di stock
- fornire strumenti quantitativi relativi alle tecniche di gestione delle scorte e di previsione della domanda
- fare della gestione delle scorte un elemento di vantaggio competitivo

# Il responsabile della logistica

Da gestore del magazzino e dei trasporti a manager della supply chain

*L'economia globale ha innescato un processo di ricerca geografica dei luoghi di produzione più vantaggiosi e, parallelamente, ha aperto nuovi mercati di consumo. In questa condizione diventa essenziale, per l'impresa, dominare il flusso fisico e informativo legato all'approvvigionamento, trasformazione e distribuzione del prodotto. Il compito del Responsabile della Logistica è essere dirigente di questi processi, gestire e coordinare le risorse umane, tecnologiche ed economiche, finalizzate a raggiungere gli obiettivi di ricevere, trasformare, distribuire i materiali e le merci al costo globale più contenuto e col miglior servizio atteso dal cliente. Gli obiettivi sono ambiziosi, le competenze necessarie ampie, la sensibilità umana indispensabile. Il seminario intende considerare e analizzare strumenti, metodi, skill di questa "nuova" figura professionale e concorrere alla messa a fuoco di un ruolo di complessa definizione, destinato ad evolversi col mercato e con l'azienda.*

## Durata e costi

Durata: 2 giorni

23/24 marzo 2015

29/30 ottobre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,

coffee break e colazione di lavoro

Rif. L14

## PROGRAMMA

### • La logistica nell'Azienda Estesa

La supply chain

L'integrazione interna ed esterna

Il flusso dei materiali e delle informazioni dai fornitori ai clienti finali

### • Il ruolo e i compiti del Responsabile della Logistica

L'evoluzione del ruolo

Il Supply Chain Manager

Le interazioni fra logistica e organizzazione aziendale

### • La pianificazione e il controllo del processo logistico

Gli indicatori di performance (KPI)

Il benchmarking

L'ottimizzazione di servizio e costi

L'Activity Based Costing (ABC)

#### Esercitazione

### • La logistica e il servizio al cliente

Le aree di servizio utile e inutile

La conoscenza delle aspettative del cliente

La matrice costo-servizio

#### Esercitazione

### • L'informatica per la gestione e il controllo del processo logistico

I SW ERP (Enterprise Resource Planning) e SCM (Supply Chain Management)

I SW add-on per la supply chain

La gestione della tracciabilità

L'identificazione automatica e la trasmissione delle informazioni

### • L'ottimizzazione delle funzioni logistiche

L'approvvigionamento e le scorte

La logistica di produzione

La distribuzione fisica

I trasporti

### • Le nuove dimensioni della strategia logistica

L'e-Commerce

L'outsourcing

## → A chi è indirizzato

Direzione Generale

Responsabile Logistica

Responsabile Acquisti

Responsabile Distribuzione

Responsabile Sistemi Informativi

## → Obiettivi

- analizzare le competenze, le opportunità e il ruolo del Responsabile della Logistica in azienda
- mettere a fuoco e analizzare criticamente le attività e i processi del ciclo logistico
- dibattere su strumenti, metodi e

obiettivi principali della funzione logistica

- promuovere sul tema un dibattito fra i partecipanti al seminario

# Il responsabile del magazzino

Gestire il magazzino tra produttività, livello di servizio e costi

*Il ruolo del responsabile del magazzino è centrale per il buon funzionamento di una importante leva competitiva aziendale; è circondato da una serie di temi ai quali deve rispondere nel migliore dei modi, senza sacrificare alcuno a favore di un altro e deve fronteggiare un sistematico aumento della complessità operativa.*

*Per questo motivo SIMCO ha sviluppato un nuovo corso dedicato al responsabile del magazzino articolato sia su una sessione on line sia su una sessione in aula, che affronta temi connessi alla gestione logistica e temi connessi alla gestione delle Risorse Umane.*

*Negli ultimi anni il trend dei costi logistici sul fatturato ha registrato un'inversione di tendenza, tomando a crescere, pur persistendo la crisi economica internazionale.*

*La spiegazione di questo apparente paradosso risiede principalmente nell'importanza attribuita al livello di servizio offerto al Cliente, fattore critico di successo in un mercato sempre più equilibrato per la qualità e il costo del prodotto e alla ricerca di diversificazione e valore nella qualità del servizio.*

*Una moderna gestione del magazzino ha, pertanto, assunto un ruolo strategico sia nella soddisfazione del Cliente, sia nella ricerca di una maggiore efficienza operativa, con l'obiettivo di migliorare costantemente produttività e servizio.*

## Durata e costi

Durata: 2 ore circa on line + 2 giorni di aula

19/20 maggio 2015

25/26 novembre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,

coffee break e colazione di lavoro

Rif. L15

## PROGRAMMA ON LINE

### • La logistica e il magazzino

Le necessità e i costi  
Gli indicatori di prestazione

### • Il magazzino e il livello di servizio

L'importanza del servizio e i costi del servizio  
Gli obiettivi del servizio

### • Il magazzino e la struttura distributiva

La gestione delle merci e delle informazioni  
Le reti distributive: assetto, servizio e costi

### • Il magazzino e la gestione delle scorte

Le scorte: attività collegate e costi  
L'analisi ABC incrociata

## PROGRAMMA IN AULA

### • L'analisi dei processi

La ricerca delle attività NVA  
L'analisi del lavoro  
I dati da ricercare e i KPI da gestire

### • La gestione efficiente delle operazioni di magazzino

Lo scarico, il ricevimento e l'identificazione delle merci, la messa a dimora, il picking, l'allestimento dell'ordine, le principali tecnologie in uso, la spedizione e l'inventario

### • Risparmiare risorse e spazio in magazzino

Master Plan e layout ottimale  
Le giacenze e l'unità di carico  
I carrelli e i sistemi di movimentazione e stoccaggio  
Quando conviene l'automazione (cenni)

### • Gli strumenti informatici a supporto del magazzino

I sistemi di identificazione automatica: dal bar-code all'RFID  
La trasmissione dei dati (radiofrequenza, pick-to-light, voice picking, ...)  
Il sistema di gestione operativa (WMS) ed i nuovi strumenti di gestione

### • La sicurezza in magazzino (cenni)

Gli adempimenti base per gli addetti operativi  
L'obbligo di manutenzione delle scaffalature  
Il locale ricarica batterie  
Il magazzino e la sicurezza: principali aspetti da non sottovalutare

### • Le risorse umane in magazzino

L'organigramma ed il mansionario  
Gestire il cambiamento  
Le procedure operative

### • Il ruolo del responsabile del magazzino

Il rapporto con i collaboratori  
Il setting della squadra, il feedback e la delega

### • Il "potere di ruolo" e le dinamiche di influenza nella direzione della squadra

Il carisma ed il ruolo  
La leadership sistemica  
L'accento sull'efficacia

## → A chi è indirizzato

**Direttore Operativo**  
**Direttore Logistica**  
**Logistics Solutions Providers**  
**Operatori logistici (3PL)**  
**Responsabile di Magazzino**  
**Supply Chain & Materials Manager**

## → Obiettivi

Rispondere concretamente ai seguenti quesiti, fornendo logiche e metodi per una gestione ottimale del magazzino:

- quale livello di servizio eroga il magazzino ai Clienti?
- quali sono i costi del magazzino?
- come misurare le prestazioni del magazzino?
- quali strumenti per migliorare la gestione operativa?
- come risparmiare spazio?
- quali sono gli strumenti informatici a supporto dell'operatività di magazzino?
- come organizzare le relazioni, il lavoro ed il personale di magazzino?



# Outsourcing e Trasporti

# Outsourcing e Trasporti

## Avviare e gestire in modo efficace l'outsourcing del magazzino

Vantaggi e rischi di una scelta strategica

*L'outsourcing logistico è innanzitutto una scelta strategica che comporta la valutazione dei vantaggi e dei rischi legati all'esternalizzazione di un fattore riconosciuto ormai come critico per il successo in un mercato spesso saturo, livellato dal punto di vista della qualità del prodotto ed estremamente aggressivo sul fronte dei prezzi. L'outsourcing logistico rappresenta una scelta di grande flessibilità che permette allo stesso tempo di focalizzare l'investimento delle risorse nel proprio core business. Tuttavia esistono elementi di rischio da non sottovalutare, che richiedono pertanto una metodologia di supporto alla realizzazione di una soluzione di successo.*

### PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
**"Aspetti giuridici dei contratti di logistica"**

Rif. T02 + Rif. T03  
 a soli **1.280 € + IVA**

### Durata e costi

Durata: 1 giorno  
 10 marzo 2015  
 5 novembre 2015  
 Orario: 9.00 – 17.30  
 QUOTA EURO 800 + IVA  
 Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. T01**

### PROGRAMMA

#### • Cos'è la terziarizzazione: quando, come, perché terziarizzare

L'evoluzione del mercato e della logistica  
 Il mercato della logistica conto terzi  
 Outsourcing: vantaggi e rischi  
 L'impresa snella  
 Forme di terziarizzazione e innovazione: Commodity Outsourcing e Strategic Outsourcing

#### • Conoscere i propri costi

L'entità dei costi logistici  
 La struttura dei costi logistici: housing, handling e trasporto  
 Individuare i driver di costo  
 Come calcolarli  
 Confrontare i propri costi con quelli di una 3PL

#### • Conoscere il servizio e le necessità effettive

Strategie di costo e servizio  
 Il servizio programmato, atteso e realizzato  
 Le aspettative del cliente

#### • La selezione del partner logistico

Il percorso metodologico e le scelte di fondo  
 I documenti per la scelta  
 La struttura della tariffa e i requisiti della tariffa  
 La definizione dei Service Level Agreement (SLA)  
 La scelta della rosa delle 3PL da coinvolgere  
 L'audit dei fornitori e dei siti proposti  
 Qualità degli strumenti utilizzati dall'operatore logistico per pianificare, eseguire e controllare le operazioni  
 Tabulazioni e scelta del partner

#### • Attivazione e manutenzione del processo di outsourcing

Fasi e pianificazione delle attività di trasformazione  
 Definizione delle interfacce informatiche  
 Il controllo delle prestazioni  
 Il miglioramento continuo

#### • Casi Aziendali

## → A chi è indirizzato

**Direttore Operativo**  
**Direttore Logistica**  
**Operatori logistici (3PL)**  
**Responsabile Distribuzione**  
**Responsabile di Progetto**  
**Responsabile Ufficio Legale**  
**Supply Chain & Materials Manager**

## → Obiettivi

- Rispondere concretamente ai seguenti quesiti:
- outsourcing logistico: quando conviene?
  - terziarizzazione o partnership?
  - come selezionare il fornitore?
  - come e quali prestazioni monitorare?
  - quali tempi richiede la soluzione?
  - contratto: quali rischi evitare?



# Aspetti giuridici dei contratti di logistica

La redazione del contratto per la fornitura di servizi logistici

*Le attività rientranti nell'ambito della logistica comprendono la custodia, la movimentazione e il trasporto delle merci: un complesso di prestazioni, quindi, che implica la soluzione di molti problemi giuridici in quanto tali prestazioni hanno molteplici tratti in comune con una pluralità di rapporti contrattuali, mentre il codice civile italiano, orientato nel senso della "tipicizzazione" dei contratti, contiene un'analitica regolamentazione solo di una minima parte di essi.*

*Le difficoltà in tal modo individuate possono essere superate solo approfondendone la conoscenza ed affrontando un attento studio per dare vita a specifici contratti, analiticamente dettagliati, in grado di esaurire la disciplina del rapporto ed escludere conseguentemente l'applicazione di regole indesiderate. Il seminario è per l'appunto diretto ad individuare le predette difficoltà, a segnalare i pericoli, a individuare i rischi, a cercare le possibili soluzioni.*

## PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
**"Outsourcing della logistica:  
 quando conviene realmente?"**

Rif. T02 + Rif. T03  
 a soli **1.280 € + IVA**

## Durata e costi

Durata: 1 giorno

11 marzo 2015

20 ottobre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 800 + IVA

Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro

Rif. **T02**

## PROGRAMMA

### • Introduzione

Come opera la disciplina del codice civile

I mutamenti nel commercio internazionale e l'immobilismo delle normative italiane

I problemi inerenti all'organizzazione della produzione e del commercio dei beni

La "terziarizzazione" delle attività accessorie alla produzione

Efficacia delle leggi economiche contrapposte alle discipline giuridiche

Profili base del codice civile italiano e dei suoi elementi fondamentali

Il concetto di contratti "tipici" e di contratti "atipici" e le loro reciproche interferenze

### • I problemi fondamentali della disciplina dell'attività di "logistica"

Quali prestazioni rientrano in tale attività e quali ipotesi contrattuali risultano ad esse applicabili

La rilevanza della disciplina generale del Codice civile e le anomalie conseguenti all'impostazione in senso "tipicizzato" della disciplina dei contratti

### • Le conseguenze della globalizzazione del commercio internazionale e...

L'esistenza di sistemi normativi diversi da paese a paese e le conseguenze di tale pluralità

I mezzi di componimento di possibili conflitti tra norme diverse

Le convenzioni internazionali

Le norme non scritte e l'efficacia degli "usi consolidati" del commercio internazionale con riferimento a:

- gli "Incoterms"
- le norme e gli usi uniformi relativi ai crediti documentari
- le "rules" relative al documento di trasporto multimodale

### • Le possibilità offerte dal ricorso allo strumento contrattuale

Il principio della "autonomia contrattuale" e la possibilità di invocarla

I limiti di efficacia della regolamentazione contrattuale

### • Le regole inerenti la stipulazione di un contratto e la sua redazione

## → A chi è indirizzato

Vertici aziendali

Responsabili di Servizi legali

Responsabili della Supply Chain

Responsabili dei Servizi Logistici

Responsabili del Controllo Qualità

## → Obiettivi

- evidenziare le problematiche giuridiche del contratto di fornitura di servizi logistici
- evidenziare i maggiori rischi di tale attività
- fornire le linee guida per redigere un contratto di fornitura di servizi logistici
- fornire soluzioni pragmatiche

## Outsourcing e Trasporti

# Come ridurre i costi di trasporto aumentando il servizio

Raggiungere gli obiettivi attraverso una metodologia efficace e strumenti adeguati

*Le tradizionali modalità di gestione del trasporto, basate sulla leva della contrattazione coi fornitori per spuntare prezzi più bassi, non sono più in grado di produrre ulteriori risparmi. Il prezzo dei carburanti, le crescenti aspettative oggettive e soggettive di servizio da parte dei Clienti, la complessità del mercato di fornitura ed i recenti interventi normativi tenderanno a far crescere l'incidenza dei costi del trasporto, che attualmente rappresentano la quota più significativa dei costi logistici. Una innovativa gestione del trasporto impone un continuo aggiornamento delle metodologie e degli strumenti per la definizione dell'assetto logistico ottimale, per la corretta articolazione del piano tariffario, per il controllo dei costi e del servizio erogato, meglio di quanto possano fare l'esperienza o la delega al trasportatore..*

### PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
**"Il contratto di trasporto e le implicazioni sulla logistica"**

Rif. T03 + Rif. T04  
 a soli **1.680 € + IVA**

### Durata e costi

Durata: 2 giorni

24/25 febbraio 2015 - 21/22 aprile 2015

1/2 ottobre 2015 - 24/25 novembre 2015

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro

**Rif. T03**

### PROGRAMMA

#### • La logistica e l'evoluzione del mercato

Evoluzione del mercato  
 I fattori critici per le aziende  
 Le strategie di costo e di servizio

#### • L'autotrasporto

Le caratteristiche dell'attività di autotrasporto  
 Gli elementi definitivi  
 Le caratteristiche e le tipologie degli automezzi

#### • La definizione dell'assetto logistico

Gli obiettivi del network distributivo  
 Costi Vs livello di servizio nella progettazione del network  
 Le tipologie di reti

#### *Esempi e casi aziendali*

#### • Come effettuare un tender

La scelta del fornitore  
 Le fasi del progetto  
 Gli errori da non commettere

#### *Esempi e casi aziendali*

#### • Il controllo dei costi e del servizio

Perché misurare?  
 Il ciclo di controllo  
 Fattori di costo e di servizio da misurare nei trasporti  
 Realizzazione di un cruscotto dei trasporti

#### *Esempi e casi aziendali*

#### • Gli strumenti software per l'organizzazione dei trasporti

Transportation Management System  
 Software per l'ottimizzazione delle percorrenze  
 Intelligent Transportation System  
 Altri sistemi di supporto

#### • La green logistics

#### • *Case history realizzate da SIMCO*

### → A chi è indirizzato

**Direttore Operativo, Direttore Logistica  
 Supply Chain Manager, Responsabile  
 Magazzino  
 Responsabile Distribuzione  
 Responsabile Trasporti  
 Responsabile Customer Service**

### → Obiettivi

Rispondere concretamente ai quesiti:

- quale servizio viene erogato ai Clienti?
- qual è il costo di trasporto corretto?
- ridefinire l'assetto logistico: quanti magazzini servono e dove devono essere posizionati?
- come calcolare, prevedere e consuntivare i costi di trasporto?
- quali sono gli strumenti per la pianificazione, il monitoraggio ed il controllo del servizio?
- quali sono le ultime novità normative in materia di trasporto?

# Il contratto di trasporto e le implicazioni sulla logistica

Aggiornamento professionale alle nuove normative

La disciplina dell'autotrasporto, rimasta sostanzialmente immutata dal 1982 fino al 2005, è soggetta ad un'importante e continua revisione.

Conoscere gli obblighi normativi per le aziende (siano esse committenti di servizi di autotrasporto o esercitino tale attività), le responsabilità connesse e le opportunità offerte dalla nuova disciplina è un'esigenza diffusa alla quale il seminario risponde offrendo la possibilità di discutere con il docente il proprio caso aziendale, ottenendo in questo modo suggerimenti pratici da applicare nella propria realtà imprenditoriale.

## PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
**"Come ridurre i costi di  
 trasporto aumentando il  
 servizio"**

Rif. T03 + Rif. T04  
 a soli **1.680 € + IVA**

## Durata e costi

Durata: 1 giorno

23 aprile 2015

26 novembre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 800 + IVA

Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro

**Rif. T04**

## PROGRAMMA

### • Inquadramento generale della disciplina giuridica dell'attività di trasporto

La disciplina italiana del contratto di trasporto nell'ambito del codice civile, del codice della navigazione e nell'ambito di leggi speciali

Responsabilità vettoriale

Le convenzioni internazionali in materia di trasporto per strada, per ferrovia, per via d'acqua, per via aerea

### • La specifica normativa in materia di autotrasporto

Legge 6 giugno 1974, n. 298 e successive modificazioni ed integrazioni

L'accesso alla professione di autotrasportatore

La "riforma" del 2005 e le norme successive (libera contrattazione, responsabilità condivisa, limite risarcitorio, norme di sicurezza sociale e della circolazione)

La corresponsabilità del vettore e del committente (nei contratti orali e nei contratti scritti)

### • L'evoluzione della normativa: la "controriforma" dell'autotrasporto

La "questione gasolio"

Il supplemento carburante

I costi minimi per il contratto orale e per il contratto scritto

Il ruolo svolto dall'Osservatorio e dal Ministero sulle attività dell'autotrasporto: la determinazione del corrispettivo per l'esecuzione dei servizi di autotrasporto

La forma scritta del contratto di trasporto: data certa e tempi massimi per il carico e lo scarico

La scheda di trasporto

La legge 127/10:

- il ritorno a tariffe obbligatorie
- i termini di pagamento
- i tempi massimi di carico e scarico
- la subvezione
- gli accordi di settore
- la gestione pallets

### • Trasporto e appalto

Differenze tra contratto di trasporto e contratto di appalto

Disciplina dell'appalto

Criteri per la qualificazione del contratto

## → A chi è indirizzato

**Direttore Operativo**

**Direttore Logistica**

**Supply Chain Manager**

**Responsabile Distribuzione**

**Responsabile Trasporti**

## → Obiettivi

Rispondere concretamente ai seguenti quesiti:

- quali sono i riferimenti normativi della disciplina dell'autotrasporto?
- è possibile contrattare liberamente il prezzo del servizio di trasporto?
- il proprietario della merce è responsabile per la violazione delle norme di sicurezza sociale

e della circolazione da parte dell'autotrasportatore?

- se la merce viene smarrita, l'autotrasportatore è tenuto al rimborso?
- come attribuire data certa al contratto di trasporto?
- quando si è tenuti a compilare la scheda di trasporto?

# Outsourcing e Trasporti

## Il responsabile dei trasporti

Come deve operare l'ufficio trasporti per soddisfare le esigenze di efficienza senza penalizzare il Customer Service

*L'importanza del trasporto è sempre maggiore in ogni tipo di azienda e l'incidenza che ha sui costi, sul livello di servizio al Cliente e sul valore aggiunto relativo al prodotto "globale" dell'azienda è riconosciuta dal Management.*

*Per ottenere valide prestazioni è indispensabile che il responsabile dell'ufficio trasporti e i suoi collaboratori siano sempre aggiornati sulle nuove tecniche e tecnologie che influenzano il modo di operare.*

*Il Responsabile dell'ufficio trasporti deve essere motivato a raggiungere sempre nuovi traguardi verso l'eccellenza del proprio comparto per incidere significativamente sia sui costi che sulla Customer Satisfaction.*

*Obiettivo del corso è quello di aggiornare il personale addetto all'ufficio trasporti su tutte le tecniche e le tecnologie indispensabili per poter adempiere al compito con la massima soddisfazione possibile.*

### Durata e costi

Durata: 2 giorni

19/20 marzo 2015

27/28 ottobre 2015

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e colazione di lavoro

Rif. T05

### PROGRAMMA

#### • La moderna funzione logistica

Il servizio richiesto dal mercato  
L'evoluzione della logistica verso la supply chain  
Le strategie di costo e di servizio

#### • Il mondo del trasporto

Definizione e tipologie di trasporto  
Il mercato in Italia  
Gli attori  
Le tipologie di automezzi e ITU  
La normativa

#### • Organizzazione di un sistema di distribuzione fisica

Gli obiettivi del network distributivo  
Costi Vs livello di servizio nella progettazione del network  
Le tipologie di reti

#### • L'audit sulla distribuzione fisica-trasporto

Perché fare un audit  
Obiettivi di un audit  
Come realizzare un audit

#### • Quale e/o quanti fornitori utilizzare

L'importanza di una scelta sempre difficile  
Specialista o generalista?

#### • Come acquistare il trasporto: il tender

La metodologia  
Quale tariffa utilizzare  
Le voci di costo di trasporto  
Le tipologie di tariffe  
I costi accessori

*Esempi e casi aziendali*

#### • Il controllo dei costi e del servizio

L'importanza della misurazione  
Il ciclo di controllo  
KPI di costo e di servizio nel trasporto  
Realizzazione di un cruscotto

*Esempi e casi aziendali*

#### • Gli strumenti software per l'organizzazione dei trasporti

Transportation Management System  
SW per l'ottimizzazione delle percorrenze  
Intelligent Transportation System  
Altri sistemi di supporto

#### • Trasporto "verde"

Definizione  
Le azioni da intraprendere

#### • Case history realizzate da SIMCO

### → A chi è indirizzato

**Responsabile Ufficio Traffico**  
**Responsabile Trasporti**  
**Addetti alle Spedizioni**

### → Obiettivi

- fornire una panoramica sul mondo del trasporto ed una metodologia per ottenere il Servizio richiesto al costo più conveniente
- aggiornare su tutte le tecniche e tecnologie indispensabili per chi opera in questo settore



**Produzione**



# Il miglioramento rapido in produzione in ottica "lean": il Quick Kaizen

Approccio innovativo ispirato a principi e tecniche di Lean Production e TPS

*Il Quick Kaizen è un approccio innovativo per raggiungere miglioramenti rapidi nell'ambito dei processi produttivi. La concentrazione dell'azione operativa di realizzazione del miglioramento nell'arco di una settimana, fa sì che tali progetti vengano denominati "settimane kaizen". Tale approccio si ispira ai principi della "Lean Production" ed alle tecniche di miglioramento facenti parte del modello "Toyota Production System", dove tali attività di miglioramento hanno avuto un grande successo. Le caratteristiche di questo nostro approccio, sono:*

- analisi veloci finalizzate alla identificazione degli sprechi e delle attività non a valore aggiunto da rimuovere nel processo;
- focalizzazione su interventi operativi di miglioramento
- utilizzo di risorse dedicate al miglioramento;
- interventi di formazione e supporto "on the job".

## Durata e costi

Durata : 1 giorno  
3 febbraio 2015  
24 settembre 2015  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 800 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. P01**

## PROGRAMMA

### • Il processo di miglioramento in azienda e le metodologie più utilizzate

Il processo di miglioramento aziendale

Le metodologie di miglioramento più utilizzate (PDCA, DMAIC, ecc.)

Le tecniche e gli strumenti per il problem solving

La rivoluzione "lean" ed il suo impatto sui processi di miglioramento aziendale.

### • Il miglioramento rapido in ottica "lean": l'approccio Quick Kaizen

Le caratteristiche dell'approccio Quick Kaizen

Le 5 fasi operative di un progetto Quick Kaizen

L'organizzazione e preparazione del progetto:

- individuare le possibili aree di intervento
- definizione macro-obiettivi del progetto (es. riduzione tempi di attrezzaggio, riduzione scorte e spazi, riduzione scarti e difettosità prodotto, ecc.)
- definizione dell'organizzazione e delle modalità operative del progetto (scelta del team, individuazione team leader, linee guida e vincoli)
- predisposizione del meeting point e preparazione della fase realizzativa

La realizzazione del progetto (settimana kaizen)

- programma operativo della settimana kaizen
- analisi del processo attuale ed individuazione delle inefficienze e sprechi nel processo
- analisi delle cause
- individuazione delle soluzioni
- definizione dei nuovi standard operativi

Reporting e Follow up

- monitoraggio dei risultati
- come consolidare ed estendere il miglioramento in azienda.

### • Gli aspetti chiave da considerare per ottenere un miglioramento rapido dei processi produttivi

Il commitment e la condivisione degli obiettivi e dei risultati attesi

La focalizzazione delle persone

La formazione sulle metodologie e tecniche da utilizzare

Il coordinamento dell'azione di miglioramento

La gestione a vista come forma di comunicazione

### • Lavoro di gruppo: l'impostazione di un progetto

## → A chi è indirizzato

**Responsabile Stabilimento, Responsabile Produzione, Responsabile Logistica, Responsabile Programmazione Materials Manager, Responsabile Pianificazione, Responsabile Tempi e Metodi, Responsabile Sistemi Informatici, Amministratore Delegato, Direttore Generale**

## → Obiettivi

- illustrare e condividere le logiche con cui organizzare il processo di miglioramento in produzione coerentemente con i principi della "lean production"
- illustrare le caratteristiche e la metodologia operativa del Quick Kaizen, mettere a fuoco le differenze e le interazioni con gli approcci di base al miglioramento continuo e comprendere come impostare un efficace programma di miglioramento nella propria realtà aziendale.

# Lean production: i principi e le tecniche di base

Modello per ottenere importanti miglioramenti di costi e prestazioni

La competitività di un'impresa industriale è oggi sempre più legata alla sua capacità di reagire ai cambiamenti del mercato e dei clienti ed alla sua rapidità di attuare progetti di innovazione e miglioramento continuo del proprio sistema logistico-produttivo.

Il modello della "Lean Production" si basa su un importante principio: effettuando un'analisi accurata del flusso e del tempo di attraversamento dei prodotti emergeranno gli sprechi e le attività non a valore aggiunto da eliminare.

L'eliminazione di questi sprechi ed il relativo miglioramento dell'efficienza del flusso produttivo, porterà l'Azienda ad ottenere importanti miglioramenti in termini di costi e prestazioni del processo produttivo.

## PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
"Programmazione,  
schedulazione e controllo  
avanzamento..."

Rif. P02 + Rif. P03  
a soli **2.080 € + IVA**

## Durata e costi

Durata: 2 giorni

26/27 febbraio 2015

29/30 settembre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro

Rif. **P02**

## PROGRAMMA

### • Gli obiettivi e le priorità per la "Lean Production"

Gli obiettivi della Lean Production

Le tre priorità operative:

- sincronizzare il flusso produttivo con la domanda del cliente
- ridurre il tempo di attraversamento dei prodotti
- individuare ed eliminare le attività non a valore aggiunto (sprechi)

**Lavoro di gruppo: gioco/simulazione finalizzata a comprendere e sperimentare concretamente i vantaggi della produzione continua ed il suo impatto sulla riduzione del WIP e sull'efficienza complessiva di un processo.**

### • L'analisi del processo produttivo attuale e la valutazione del Lead Time

Gli strumenti di analisi del flusso produttivo:

- I diagrammi di flusso
- Il Value Stream Map

**Lavoro di gruppo: Analisi di un flusso produttivo finalizzata quantificare il tempo totale di attraversamento di un prodotto ed individuare le possibili aree di miglioramento dell'efficienza di flusso.**

### • Gli sprechi da eliminare per la "Lean Production"

La classificazione degli sprechi, i 7 muda:

- produzione anticipata
- tempo
- scorte
- movimenti
- difetti
- trasporti
- processi

**Esempi di sprechi**

### • Le tecniche e gli strumenti "lean" per eliminare gli sprechi

KANBAN: come tirare e livellare il flusso produttivo

SMED: come raggiungere cambi produzione rapidi

TPM: come mantenere gli impianti/attrezzature nelle condizioni ottimali

5S: come garantire ordine e pulizia sul posto di lavoro (un posto per ogni cosa ed ogni cosa al suo posto)

VISUAL MANAGEMENT: come garantire una comunicazione efficace sul posto di lavoro

MISTAKE PROOFING: come prevenire ed impedire gli errori sul posto di lavoro

### • Lean Performance Indicators

Gli indicatori da tenere sotto controllo per la Lean Production

Come impostare un monitoraggio efficace del processo di sviluppo della Lean Production in azienda

### • Lean Organization (cenni)

Come cambia il modello organizzativo di produzione con l'introduzione dei principi della Lean Production

## → A chi è indirizzato

**Responsabile Stabilimento**  
**Responsabile Produzione**  
**Responsabile Logistica**  
**Responsabile Programmazione**  
**Materials Manager**  
**Responsabile Pianificazione**  
**Responsabile Tempi e Metodi**

## → Obiettivi

- esaminare gli aspetti critici legati alla pianificazione ed alla programmazione materiali
- analizzare le tecniche più comunemente adottate in relazione alle problematiche specifiche del prodotto-processo
- individuare i fattori che possono condizionare la capacità produttiva

# Programmazione, schedulazione e controllo avanzamento lavori in produzione

L'analisi e la pianificazione delle capacità per la conduzione ottimizzata della produzione

*Il variare delle situazioni interne ed esterne può provocare la necessità di modificare quanto programmato per adeguarlo alle mutate esigenze; i risultati sono proporzionali alla velocità ed alla affidabilità con cui il processo di revisione riesce a ridefinire la nuova configurazione. È allora necessario conoscere ed attrezzare adeguatamente l'attività di Programmazione della Produzione e disporre di un Sistema di Controllo in grado di fornire le indicazioni di verifica e di modifica necessarie alla stabilità del processo di gestione. Saper amministrare la capacità produttiva dell'azienda, affrontando le variabili condizionanti con metodo e sistematicità, consente il raggiungimento di notevoli economie ed accresce la competitività.*

## PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
"Lean production: i principi e  
le tecniche di base"

Rif. P02 + Rif. P03  
a soli **2.080 € + IVA**

## Durata e costi

Durata: 2 giorni

16/17 febbraio 2015

7/8 ottobre 2015

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 1300 + IVA

Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro

**Rif. P03**

## PROGRAMMA

### • Il sistema previsionale e il piano produttivo

I servizi aziendali coinvolti nella stesura delle previsioni

Concetti di base della pianificazione della domanda

Definizione del piano principale di produzione

**Esercitazione: analisi del sistema di pianificazione della domanda aziendale e individuazione dei gap critici**

### • La programmazione su ordine cliente

Le procedure di controllo dell'ordine cliente e assegnazione della data di conferma

La programmazione dell'ordine e la verifica di capacità

### • I supporti informatici per la programmazione

La distinta base dei prodotti, i cicli di lavorazione e la capacità degli impianti

La contabilità di magazzino

Gli archivi degli ordini in corso d'acquisto e produzione

**Esercitazione: costruire una distinta base modulare**

### • La gestione delle scorte

I criteri di gestione delle scorte e i costi coinvolti nella gestione delle scorte

**Esercitazione: uso del metodo a punto di riordino**

### • Pacchetti software per il controllo della produzione

Metodi per introdurre i sistemi MRP nell'azienda

Evoluzione dei sistemi MRP per le aziende: i sistemi APS

**Esercitazione: verifica dei criteri di riordino utilizzati in MRP**

### • La programmazione operativa dei reparti

Le verifiche di carico a capacità finita e infinita

Il rilascio degli ordini e il controllo avanzamento

I metodi di controllo input/output

**Esercitazione: il carico di una commessa su più reparti**

### • Tecniche innovative di gestione della produzione

La programmazione con tecniche JIT

L'introduzione delle tecniche LEAN

La programmazione come fase della SUPPLY CHAIN

**Case history: introduzione di tecniche lean per la riduzione delle scorte e del tempo d'attraversamento**

### • La gestione dei fornitori e dei terzisti

Le logiche di gestione degli acquisti

L'influenza dell'affidabilità dei fornitori

La programmazione e il controllo dei terzisti

### • Prestazioni e controllo della programmazione

Metodi di misura del livello di servizio al cliente

Metodi di misura delle scorte

Metodi di misura del sistema di programmazione

**Case history: revisione del sistema di programmazione per migliorare il servizio al cliente**

## → A chi è indirizzato

**Responsabile Stabilimento**  
**Responsabile Produzione**  
**Responsabile Logistica**  
**Responsabile Programmazione**  
**Materials Manager**  
**Responsabile Pianificazione**  
**Responsabile Tempi e Metodi**

## → Obiettivi

- esaminare gli aspetti critici legati alla pianificazione ed alla programmazione materiali
- analizzare le tecniche più comunemente adottate in relazione alle problematiche specifiche del prodotto-processo
- individuare i fattori che possono condizionare la capacità produttiva

# Controllare e migliorare costi e prestazioni della produzione

Monitorare uno dei processi primari che influenza la competitività aziendale

La produzione con le sue relazioni con il mondo dei fornitori e dei terzisti è uno dei processi primari che determina il successo competitivo sul mercato.

Controllare i suoi costi e le sue prestazioni, attivare metodi di miglioramento, fissare i DRIVER che determinano il cambiamento sono gli obiettivi fondamentali dei responsabili del processo. Il seminario intende fornire agli specialisti di produzione e programmazione gli strumenti per verificare lo stato dell'arte del processo e progettare il cambiamento.

## Durata e costi

Durata: 2 giorni

4/5 marzo 2015

14/15 ottobre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e colazione di lavoro

Rif. P04

## PROGRAMMA

### • Gli obiettivi della produzione

L'efficiente uso delle risorse  
Il contrasto fra efficacia ed efficienza

### • Il controllo delle prestazioni

L'analisi dei costi di fabbricazione  
Il tempo di risposta al mercato  
La qualità delle prestazioni

### • L'analisi dei sistemi di fabbricazione

La produzione per lotti  
La produzione continua e ripetitiva  
La gestione dei progetti

### • La revisione dei processi e dei lay out

L'approccio incrementale: il miglioramento continuo  
L'approccio radicale: re-engineering dei processi

### • Produttività e organizzazione del lavoro

Rapporti umani: compiti, mansioni, motivazione  
Raccolta dei dati per le decisioni  
Utilizzo delle risorse: manodopera, impianti, materiali  
Controllo delle cause di costo

*Esercitazione: la valutazione delle attitudini delle persone*

### • I metodi per il miglioramento continuo

Il Quality Function Deployment (QFD)  
Il Total Productive Maintenance (TPM)

*Esercitazione: applicazione dei metodi alle aziende partecipanti*

### • Tecniche di organizzazione e controllo del processo

L'introduzione dei programmi MRP/ERP  
L'uso delle tecniche JIT nei rifornimenti delle linee  
La revisione del processo con metodi LEAN

*Esercitazione: applicazione dei metodi alle aziende partecipanti*

### • Controllo della qualità e miglioramento dei processi

Diagramma di flusso del processo, scheda di controllo, analisi di Pareto

### • I metodi di controllo dei costi

Budget di produzione  
Standard e sistemi di controllo  
Rilevazione dei costi: full costing, direct costing  
Activity Based Costing (ABC)

### • Gli indicatori prestazionali di miglioramento

Coefficienti di utilizzo delle risorse  
Difettosità del processo  
Tempo di attraversamento e livello di servizio  
Indicatori del livello delle scorte

### • Il benchmarking competitivo

*Case history: l'introduzione di tecniche TPM*

## → A chi è indirizzato

**Responsabile di Produzione e di Stabilimento**  
**Responsabile di Fabbricazione**  
**Capi Reparto e di Centri di Lavoro**  
**Responsabile della Programmazione**  
**Responsabile Tempi e Metodi**  
**Addetti e Assistenti della Produzione e della Programmazione**

## → Obiettivi

- fornire gli strumenti per migliorare costi e prestazioni delle attività produttive e di programmazione
- promuovere la capacità di analisi dei sistemi di produzione e programmazione e sviluppare capacità di re-engineering dei processi di fabbricazione
- approfondire la conoscenza dei sistemi produttivi e definire i DRIVER che determinano il miglioramento

# L'introduzione del sistema MRP in azienda

Un corso per affinare le competenze dei programmatori e del personale aziendale coinvolto in un progetto MRP

*La crescita dell'azienda aumenta la complessità gestionale e richiede tecniche organizzative adeguate alla nuova dimensione.*

*L'introduzione di nuovi sistemi software per rispondere alle attese direzionali richiedono che si realizzi la preventiva revisione dei processi e la conoscenza delle notevoli potenzialità dei sistemi.*

*Il corso fornisce le conoscenze base per selezionare consapevolmente il giusto software e creare in azienda le competenze per gestire la riorganizzazione delle funzioni coinvolte dal nuovo sistema gestionale MRP.*

## PROGRAMMA

### • Quando introdurre l'MRP in azienda

### • Il progetto MRP

La scelta del sistema  
Il team di progetto e la funzione dei Key Users  
La revisione dei processi critici

### • L'analisi del sistema produttivo-logistico

Il tempo di attraversamento  
Il punto di disaccoppiamento

### • I files di base per il funzionamento del sistema

L'anagrafica articoli  
La distinta base  
I cicli di lavorazione e capacità delle risorse  
Il portafoglio ordini d'acquisto e lavorazione

### • La gestione delle previsioni con l'MRP

La previsione della domanda  
La pianificazione integrata, dalla previsione al piano di produzione

**Esercitazione: analisi critica delle variabili di pianificazione**

### • La pianificazione MRP

La pianificazione MPS (Master Production Schedule)  
L'assegnazione della data confermata, il metodo ATP  
Scheduling della produzione  
I sistemi di produzione

### • Il carico delle risorse

L'individuazione della capacità delle risorse  
La gestione del carico di lavoro a capacità finita/infinita  
I sistemi APS

### • Il controllo avanzamento della produzione

Il lancio degli ordini in produzione  
Il controllo input - output  
I sistemi avanzati di Shop Floor Control

## Durata e costi

Durata : 2 giorni  
18/19 marzo 2015  
21/22 ottobre 2015  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. P05**

## → A chi è indirizzato

**Responsabile Stabilimento, Responsabile Produzione, Responsabile Logistica, Responsabile Programmazione Materials Manager, Responsabile Pianificazione, Responsabile Tempi e Metodi, Responsabile Sistemi Informatici, Amm. Delegato, Direttore Generale**

## → Obiettivi

- esaminare gli aspetti critici legati alla pianificazione ed alla programmazione materiali
- analizzare le tecniche più comunemente adottate in relazione alle problematiche specifiche del prodotto-processo
- individuare i fattori che possono condizionare la capacità produttiva



# Il responsabile della produzione

Inquadramento, problematiche e metodologie per il responsabile della produzione

*Il responsabile di produzione riveste un ruolo determinante nel conseguimento della efficienza aziendale, potendo prevenire ed intervenire nella soluzione sia dei problemi generati dal ciclo produttivo, sia nelle fasi gestionali dell'azienda. La sua figura è un importante riferimento ed il tramite per l'integrazione e l'intersezione con le altre funzioni operative aziendali, con notevole impatto sull'ottimizzazione delle risorse tecniche, economiche e umane.*

## PROGRAMMA

### • Ruolo del responsabile di produzione

Responsabilità operative e competenze professionali  
Produttività e livello di servizio al cliente  
Incidenza della produzione sul costo del prodotto  
Relazioni fra produzione e funzioni aziendali

### • Le scelte relative alle facilities

Le scelte make or buy  
La localizzazione degli stabilimenti  
Il budget degli investimenti

### • Budget e costi di produzione

Dalle previsioni al budget della produzione  
I sistemi di controllo degli scostamenti di budget  
I sistemi di controllo dei costi di produzione

### • Compiti operativi del responsabile di produzione

La valutazione dei collaboratori  
La sicurezza del lavoro  
Le politiche della qualità  
La manutenzione  
Il Sistema Qualità

### • Innovazione di prodotto e di processo

Le tecniche di miglioramento continuo  
La filosofia del Lean Manufacturing  
Il Total Productive Maintenance (TPM)

*Case history: applicazione delle tecniche lean ai sistemi produttivi*

### • Tecniche di organizzazione e controllo dei processi

L'introduzione dei programmi MRP  
Il metodo JIT  
La programmazione della produzione  
La schedulazione degli ordini di produzione

*Esercitazione: confronto dei criteri di riordino nel sistema MRP*

### • La gestione delle scorte

Principali sistemi di gestione delle scorte  
I costi coinvolti nella gestione delle scorte

*Esercitazione: uso del metodo a punto di riordino*

### • Misura delle prestazioni

L'introduzione dei KPI  
Gli indici di misura per i costi, la qualità e i tempi di risposta

## Durata e costi

Durata : 2 giorni  
11/12 marzo 2015  
29/30 ottobre 2015  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. P06**

## → A chi è indirizzato

Capo Reparto  
Quadri Intermedi  
Capo Officina

## → Obiettivi

- creare una nuova figura di capo reparto in linea con le esigenze del moderno sistema produttivo

## Produzione

# Il responsabile di reparto

*Come muoversi all'interno di un sistema produttivo caratterizzato da una forte spinta tecnologica e innovativa.*

*La qualità e l'efficienza di un reparto vengono misurate dalla sua produttività e dalla capacità di chi lo gestisce.*

*Attraverso questo corso si vuole formare una nuova figura di capo reparto, con una cultura non solo tecnica ma anche a carattere manageriale, considerando che egli è, a tutti gli effetti, il responsabile di un centro di costo quale è un reparto.*

### Durata e costi

Durata : 2 giorni  
25/26 marzo 2015  
22/23 settembre 2015  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. P07**

### PROGRAMMA

#### • Le caratteristiche del sistema produttivo per l'impresa moderna

Produzioni diversificate  
Tempi di attraversamento veloci  
Flessibilità, alta produttività, automazione

#### • La capacità produttiva e produttività di un reparto

Produzione di serie, su commessa, in linea e a lotti

#### • Ruolo del capo reparto...

Conoscenze delle risorse tecniche  
Capacità di gestire l'organizzazione del reparto  
Capacità di gestione delle risorse umane

#### • Le risorse innovative

Sistemi flessibili di produzione  
Software di gestione della produzione  
C.A.M. (computer aided manufacturing)

#### • Il reparto come centro di responsabilità e di costo

Costi fissi e variabili di reparto  
Costo orario di un reparto  
Il budget del reparto  
Produttività e sistemi di misura  
Cicli di lavoro e costi del prodotto

#### • Il capo reparto e i metodi di miglioramento della produttività

Le principali tecniche di miglioramento continuo  
TBM, TPM, SMED  
I metodi di riorganizzazione del lavoro e la prod. a flusso  
La lean production

#### • Il controllo delle attività di reparto

Indicatori per il controllo dell'efficienza delle risorse: impianti, MO, materiali  
Indicatori per il controllo dell'efficacia: il livello di servizio al cliente

#### • La qualità in produzione

#### • La 626/94 e il tema della sicurezza in reparto

#### • La manutenzione degli impianti

#### • Casi d'impresa: discussione delle realtà produttive dei partecipanti

### → A chi è indirizzato

**Responsabile Stabilimento, Responsabile Produzione, Responsabile Logistica, Responsabile Programmazione Materials Manager, Responsabile Pianificazione, Responsabile Tempi e Metodi, Responsabile Sistemi Informatici, Amm. Delegato, Direttore Generale**

### → Obiettivi

- esaminare gli aspetti critici legati alla pianificazione ed alla programmazione materiali
- analizzare le tecniche più comunemente adottate in relazione alle problematiche specifiche del prodotto-processo
- individuare i fattori che possono condizionare la capacità produttiva



**Acquisti**

# L'evoluzione della funzione acquisti

Migliorare la redditività aziendale riducendo oneri e costi del processo d'acquisto

*Il corso intende fornire metodi collaudati per migliorare la redditività aziendale riducendo costi ed oneri del processo d'acquisto, per incrementare la capacità dei buyer di analizzare il mercato dell'offerta e il posizionamento competitivo dei fornitori. Il corso intende inoltre fornire strumenti operativi per valutare i fattori che condizionano la formazione del prezzo in un mercato concorrenziale.*

## PROGRAMMA

### • Il ruolo strategico della Funzione Acquisti nella creazione di valore

Acquisti e strategie aziendali  
Il processo acquisti e le funzioni aziendali coinvolte  
Il ruolo degli Acquisti nell'ambito del processo acquisti  
La classificazione ed analisi delle attività del buyer

### • Le classi merceologiche di acquisto

La classificazione degli acquisti: acquisti diretti ed indiretti  
L'analisi ABC dei fornitori  
La matrice di importanza-reperibilità

### • Il costo totale e le politiche di acquisto per classe merceologica

Il costo totale di acquisto: come valutarlo  
Le politiche di acquisto per classe merceologica  
Il monitoraggio dell'efficienza d'acquisto

**Esercitazione: l'individuazione delle politiche di acquisto per classe merceologica**

### • Il controllo economico degli acquisti

La scomposizione dei costi e dei driver d'acquisto: la cost analysis  
Il controllo dell'efficienza d'acquisto: difficoltà e possibili approcci

### • Il marketing d'acquisto e la valutazione dei fornitori

Il marketing d'acquisto  
Il processo di qualifica di un nuovo fornitore  
La gestione della vendor list  
La valutazione delle prestazioni dei fornitori: il vendor rating

### • La gestione contrattuale dei fornitori

Le diverse forme contrattuali: dagli ordini chiusi ai contratti quadro di fornitura  
La definizione del contratto di acquisto  
La gestione del contratto ed il monitoraggio degli impegni contrattuali

## Durata e costi

Durata : 2 giorni  
29/30 aprile 2015  
3/4 novembre 2015  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. A01**

## → A chi è indirizzato

**Responsabile Acquisti e Approvvigionamenti Buyer**  
**Responsabile Logistica Material Manager**  
**Responsabile Organizzazione**  
**Responsabile Gestione Scorte**  
**Addetto Ufficio Acquisti**  
**Assistente del Responsabile Acquisti**

## → Obiettivi

- comprendere il ruolo della funzione acquisti nell'ambito delle strategie aziendali orientate alla creazione di valore;
- comprendere il concetto di costo totale di acquisto e saper individuare le politiche operative di acquisto in relazione alle diverse classi merceologiche;
- illustrare le tecniche più efficaci per la gestione contrattuale ed operativa dei fornitori

# La trattativa d'acquisto

Per alzare il "tono" del discorso e non la voce

*Fornire ai partecipanti la padronanza degli aspetti tecnici e comportamentali che permettono di impostare correttamente e proficuamente una trattativa di acquisto, verificando la coerenza tra gli obiettivi prestabiliti e gli esiti della negoziazione.*

*Il percorso formativo rappresenta dunque un'occasione per rivedere il proprio stile negoziale, individuando le possibili aree di miglioramento.*

*Numerose simulazioni di incontri acquirenti/venditori verranno sviluppate durante il corso per permettere ai partecipanti di verificare il reale apprendimento dei contenuti trasmessi.*

## PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
**"Valutazione e audit dei fornitori"**

Rif. A02 + Rif. A03  
 a soli **1.680 € + IVA**

## Durata e costi

Durata : 2 giorni

14/15 aprile 2015

10/11 novembre 2015

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro

**Rif. A02**

## PROGRAMMA

### • Quando e perché trattare?

Obiettivi e risultati della trattativa

Le competenze da sviluppare

### • Conoscere gli elementi che influenzano la trattativa

Condizioni di mercato e congiuntura economica

Capacità di acquisto/vendita

Le strategie aziendali

### • Come preparare una trattativa vincente?

Acquistare un prodotto o un servizio?

Conoscere il fornitore

Quando e come utilizzare il marketing di acquisto: alternativa e/o supporto alla trattativa

Il piano di trattativa

Individuare i punti deboli e forti del comprare/vendere

I modelli di trattativa: la trattativa commerciale, il mercanteggio, la negoziazione e il loro utilizzo

Prevedere le argomentazioni del venditore

Quando e come utilizzare l'assistenza di un collaboratore tecnico

**Esercitazione: simulazione della preparazione di una trattativa seguita da analisi e discussione di gruppo**

### • Applicare le tecniche di acquisto

Come individuare il proprio modello di acquisto

Le tecniche per creare le condizioni di dialogo con il fornitore

I passi caratteristici del processo di vendita

L'utilizzo dei diversi tipi di domande per conoscere i bisogni del venditore

Come affrontare le obiezioni senza cadere nella polemica

L'opportunità di accettare la collaborazione del venditore

Come trattare il prezzo

Quale strategia di acquisto mettere in campo?

**Esercitazione: simulazione di applicazione delle tecniche di acquisto seguita da analisi e discussione di gruppo**

### • Condurre la trattativa in funzione del proprio stile e del comportamento del venditore

Bisogni, atteggiamenti e comportamenti nel rapporto acquirente/venditore

Gli aspetti psicologici della negoziazione

### • Concludere la trattativa

La valutazione del processo

Le tecniche abitualmente utilizzate dal venditore

Come costruire e mantenere relazioni positive con il fornitore

**Esercitazione: simulazione finale di una trattativa completa in tutte le sue fasi secondo quanto appreso nelle 2 giornate**

## → A chi è indirizzato

**Responsabili degli uffici acquisti**

**Compratori che desiderano migliorare le proprie tecniche di negoziazione**

**Nuovi compratori che vogliono vivere con successo, da subito, la nuova professione**

**Funzionari dell'area logistica e gestione materiali desiderosi di acquisire questa indispensabile abilità**

## → Obiettivi

- riconoscere in anticipo i punti deboli e i punti forti della trattativa per prepararla in maniera ottimale
- analizzare gli elementi operativi e i fattori psicologici che condizionano i risultati della trattativa
- negoziare in maniera efficace sviluppando buone relazioni con i fornitori
- governare le diverse fasi della transazione nel rapporto cliente/fornitore
- affrontare le obiezioni senza cadere nella polemica



## Valutazione e audit dei fornitori

Migliorare le capacità di selezionare e controllare i fornitori

*Cresce nell'economia attuale la dipendenza dell'impresa dai costi e dalle prestazioni dei suoi fornitori.*

*L'outsourcing di servizi, di tecnologia e le relazioni di rete che si instaurano fra le imprese determinano in larga parte le prestazioni della nostra impresa verso i suoi clienti finali.*

*Diventa così importante acquisire capacità di selezione, mediante corretti sistemi di audit e di controllo dei costi e delle prestazioni dei nostri fornitori per poter vincere la sfida competitiva.*

### PERCORSO FORMATIVO

Questo corso abbinato a  
**"La trattativa  
 d'acquisto"**  
 Rif. A02 + Rif. A03  
 a soli **1.680 € + IVA**

### Durata e costi

Durata : 1 giorno

16 aprile 2015

12 novembre 2015

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 800 + IVA

Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro

**Rif. A03**

### PROGRAMMA

#### • I criteri di selezione dei fornitori

Marketing d'acquisto  
 Politiche di selezione basate sulla criticità prodotto – mercato  
 Valutazione dei rischi di fornitura  
 Audit dei fornitori  
 Documentazione a supporto dell'audit  
 Apporto dei servizi assicurazione qualità, produzione e amministrazione alla valutazione dell'audit

**Esercitazione: disamina della documentazione utilizzata da alcune aziende per l'audit**

#### • I criteri di valutazione dei fornitori in fase di audit

Il prezzo  
 La capacità produttiva  
 Le prestazioni qualitative  
 L'organizzazione e sistemi software  
 La consonanza strategica  
 Partnership o conflittualità: le forme di collaborazione

#### • I criteri di valutazione dei fornitori durante la fornitura

I fattori soggetti a valutazione  
 Il Vendor Rate  
 I metodi oggettivi di valutazione delle prestazioni  
 Il controllo delle prestazioni e verifica del contratto

**Esercitazione: metodi per valutare prezzo e prestazioni**

La ricerca del costo per unità di prestazione

#### • Il progetto di miglioramento delle prestazioni del fornitore

Il team di progetto  
 La revisione del sistema prodotto – processo  
 L'analisi congiunta del sistema assicurazione qualità

#### • I criteri per valutare le prestazioni dell'ufficio acquisti

Il metodo di valutazione consigliato dal NAPA

**Esercitazione: applicazione alle aziende dei partecipanti del sistema di valutazione**

### → A chi è indirizzato

**Responsabile Acquisti  
 Buyer  
 Assistenti e Addetti del Servizio Acquisti**

### → Obiettivi

- fornire gli strumenti per condurre l'audit dei fornitori di prodotto, servizi e tecnologia
- approfondire i metodi di controllo delle prestazioni dei fornitori
- acquisire le competenze per sviluppare un approccio di partnership con i fornitori critici per il successo della propria azienda

## Il marketing d'acquisto

Come la conoscenza del mercato dei fornitori può contribuire al miglioramento della redditività aziendale

*La conoscenza del mercato dei fornitori può contribuire al miglioramento della redditività aziendale.*

*Questo corso vuole approfondire la conoscenza degli strumenti necessari per analizzare il mercato della fornitura, incrementare l'efficacia delle azioni dell'acquirente sul mercato, elaborare strategie d'acquisto coerenti con gli obiettivi di budget, ricercare nuove e promettenti fonti d'acquisto.*

### Durata e costi

Durata : 2 giorni  
6/7 maggio 2015  
17/18 novembre 2015  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. A04**

### PROGRAMMA

#### • Il ruolo strategico degli acquisti

Valutare l'impatto economico/finanziario degli acquisti  
Valutare la rilevanza degli acquisti sulle attività operative

#### • La pianificazione acquisti e il commodity plan

Il fabbisogno delle risorse critiche a lungo termine  
I criteri di scelta make or buy  
La ricerca di nuove alternative di fornitura

#### • Il budget degli acquisti

Dalle previsioni al fabbisogno dei materiali  
La stesura del budget acquisti  
Gli standard operativi del budget

*Esercitazione: esempio di controllo budgetario*

#### • L'analisi dei materiali e delle merceologie acquistate

Classificazione per destinazione  
Classificazione per impatto sul fatturato  
Classificazione per criticità prodotto/mercato  
Valutazione dell'attuale parco fornitori  
Nuove funzioni: il category manager

*Esercitazione: utilizzo della matrice di Kraljic*

#### • Come realizzare il marketing d'acquisto

La valutazione del rapporto: miglioramento o sostituzione  
I diversi criteri di segmentazione dei mercati  
La valutazione del procurement mix  
La ricerca di nuove fonti d'acquisto

#### • La selezione dei fornitori e la messa in pratica delle politiche d'acquisto

Politiche di leva sui prezzi  
Metodi di valutazione dei rischi di fornitura  
Necessità di partnership e accordi strategici  
Criteri per ridurre i costi d'acquisto

*Esercitazione: definizione delle procedure operative concordi alle politiche di mercato definite*

#### • L'e-Procurement

L'utilizzo di Internet nella selezione dei fornitori  
Il processo d'acquisto basato su Internet  
I marketplace come mediatori d'acquisto

#### • I metodi di misura delle prestazioni dei fornitori

Le procedure di audit del fornitore  
La valutazione del fornitore durante la fornitura  
I progetti di miglioramento delle prestazioni del fornitore

*Case history: applicazione delle politiche di marketing degli acquisti*

### → A chi è indirizzato

**Responsabile Acquisti e Approvvigionamenti**  
**Responsabile Logistica**  
**Materials Manager**  
**Buyer Junior e Senior**

### → Obiettivi

- apprendere i metodi per elaborare le strategie d'acquisto
- ottenere sempre di più dai propri fornitori
- apprendere un metodo per misurare le prestazioni dei fornitori e dell'Ufficio Acquisti

# Gli aspetti legali connessi agli acquisti

Il seminario si pone l'obiettivo di trasmettere ai buyer le principali implicazioni di carattere legale connesse all'attività di approvvigionamento.

È importante per il compratore acquisire le conoscenze necessarie alla redazione di un testo contrattuale, comprendere i principi giuridici relativi al rapporto contrattuale, saper risolvere velocemente ed efficacemente i problemi che si incontrano nella negoziazione delle clausole ed essere in grado di valutare le responsabilità civili per difettosità del prodotto.

Tramite esempi pratici, esercitazioni e simulazioni di situazioni concrete, il docente fornirà gli strumenti per tutelarsi nelle fasi di acquisto e muoversi nell'assoluto rispetto della normativa nazionale ed internazionale. Dopo avere fatto riferimento alle principali convenzioni internazionali, verranno esaminate alcune clausole contrattuali più ricorrenti.

## Durata e costi

Durata : 1 giorno  
19 maggio 2015  
19 novembre 2015  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 800 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
Rif. A05

## PROGRAMMA

### • Acquisto di beni in Italia

Le trattative e la responsabilità contrattuale  
Il momento perfezionativo del contratto  
Linguaggio contrattuale ed Incoterms  
I contratti standard: condizioni generali, moduli e formulari

**Esercitazione pratica: battle of forms**

### • Contratti tipici in Italia

La compravendita  
La somministrazione  
L'appalto  
La subfornitura

### • Gli effetti del contratto in Italia

Gli obblighi del venditore  
Gli obblighi dell'acquirente  
Le garanzie per i vizi  
Le clausole utili

### • Responsabilità delle parti in Italia

La risoluzione di diritto  
La risoluzione per inadempimento  
Il risarcimento dei danni  
La clausola penale

### • Formulare un contratto di compravendita internazionale

La scelta della legge applicabile  
La conseguente scelta dello standard contrattuale da adottare  
La scelta del foro o dell'arbitrato  
La scelta della lingua contrattuale e di contenzioso  
Il ricorso agli UNIDROIT

### • La compravendita internazionale nella convenzione di Vienna

L'ambito di applicazione della convenzione sulla vendita internazionale  
I contratti di fornitura di beni da fabbricare o produrre  
I contratti misti di fornitura di vendita e fornitura di mano d'opera o altri servizi  
I vizi dei beni  
L'azione del compratore  
La specificazione della natura dei difetti  
La risoluzione del contratto per inadempimento essenziale  
Il difetto di conformità dei beni e degli imballaggi  
I ritardi nella consegna e mancata consegna  
La consegna parziale

**Esercitazione su un esempio di contratto standard**

### • Il contratto di vendita ripetuta o continuativa

Presentazione di un esempio di contratto-tipo

**Esame congiunto coi partecipanti del contratto-tipo presentato e delle possibili soluzioni alternative.**

## → A chi è indirizzato

**Responsabili Acquisti e Approvvigionamenti  
Compratori  
Addetti uffici affari legali e societari  
Collaboratori di studi professionali**

## → Obiettivi

- analizzare un contratto
- regolarsi di fronte alle clausole vessatorie
- individuare ed utilizzare le formule di autotutela del compratore
- identificare i casi in cui si ha la risoluzione del contratto
- far fronte al fallimento del fornitore
- individuare i principali inadempimenti contrattuali e tenerne conto nella stesura delle relative garanzie
- valutare le responsabilità civili del produttore - fornitore per difettosità del suo prodotto

## Gli aspetti legali connessi agli appalti

Verifiche contrattuali, il contratto e le clausole

*Tutte le industrie devono ricorrere all'appalto a società esterne per l'affidamento di tutti quei lavori che non sono tipici dell'attività dell'impresa stessa.*

*Negli appalti rientrano non solo i lavori di costruzione e manutenzione edile, ma anche l'installazione e la manutenzione di qualsiasi apparecchiatura, dai macchinari di produzione ai computer, nonché l'affidamento a terzi di servizi specialistici (gestione esterna di paghe e contributi, la gestione di programmi informatici, la prestazione di servizi di vigilanza o infermieristici).*

*Spesso, l'aspetto contrattuale legato a tali appalti - soprattutto per quelli di minore entità economica o di carattere più routinario - viene sottovalutato.*

*Tale prassi può comportare gravi problemi alle imprese, sotto forma sia di maggiori costi, sia dell'impossibilità a rivalersi legalmente nel caso in cui le prestazioni fornite non corrispondano alle esigenze aziendali.*

### Durata e costi

Durata : 1 giorno

26 maggio 2015

1 dicembre 2015

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 800 + IVA

Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro

Rif. A06

### PROGRAMMA

#### • Le verifiche precontrattuali in caso di appalti

La fattibilità legale del contratto di appalto – il divieto di appalto di manodopera

L' art. 26 del Decreto legislativo 81/2008:

- la verifica dell'idoneità tecnico professionale dell'appaltatore
- la verifica sui dipendenti dell'appaltatore
- la predisposizione del piano di sicurezza.

L'identificazione del responsabile dell'impresa e del responsabile dell'appaltatore (e, se necessario, di cantiere)

L'identificazione delle norme tecniche di riferimento o redazione di un capitolato tecnico

L'eventuale incarico di ingegneria o di direzione tecnica dei lavori

#### • Le soluzioni legali: diverse tipologie contrattuali

Il contratto per piccoli appalti

Il contratto - quadro per appaltatori abituali

Il contratto "chiavi in mano"

La redazione e l'utilizzo di standard contrattuali

#### • Le più importanti clausole contrattuali comuni a tutti i tipi di appalto

La definizione precisa dei compiti dell'impresa appaltante e dell'appaltatore e relative responsabilità

La responsabilità e la manleva dell'appaltatore per i dipendenti

Come evitare le interferenze con l'attività dell'impresa e con altri appaltatori

La segretezza

Le modalità di pagamento

I collaudi e le garanzie

La legge applicabile e il foro (o clausola arbitrale)

#### • Subappalti e subforniture

I criteri e la responsabilità del subappalto

La definizione di subfornitura

I limiti legali alla subfornitura

#### • La corrispondenza commerciale

Le trattative pre-contrattuali

La corrispondenza in attuazione del contratto

Il valore e i limiti degli ordini e della corrispondenza commerciale, se non è stato redatto un vero e proprio contratto formale d'appalto

Il perfezionamento di un contratto per "fatti concludenti"

La validità e i limiti delle condizioni generali d'appalto

Il valore delle comunicazioni via fax e via e-mail

#### • Analisi e discussione dei casi concreti aziendali

### → A chi è indirizzato

Vertici aziendali

Responsabili e addetti ai Servizi legali

Responsabili e addetti agli Acquisti  
e addetti ai Servizi Logistici

Responsabili e addetti al Marketing

Responsabili Controllo Qualità e Total Quality

### → Obiettivi

- suggerire alcune metodologie di miglioramento
- evidenziare i rischi maggiori
- fornire soluzioni pragmatiche

# Il responsabile degli acquisti

Competenza, motivazione e valorizzazione di una funzione strategica

*Nelle imprese manifatturiere la tendenza alla deverticalizzazione aumenta il peso del fatturato acquistato. Il Responsabile degli Acquisti diventa un partner strategico per la direzione aziendale; le sue decisioni e attività hanno rilevante impatto sugli obiettivi di profitto dell'azienda. La sua competenza e motivazione valorizzano la funzione e supportano la capacità competitiva dell'azienda. legalmente nel caso in cui le prestazioni fornite non corrispondano alle esigenze aziendali.*

## PROGRAMMA

### • Il processo di approvvigionamento ed il ruolo del responsabile acquisti

Il processo di approvvigionamento: le attività dirette e di supporto  
I ruoli nel processo di approvvigionamento

### • Il prodotto e la caratteristica della domanda

Le categorie merceologiche di acquisto e le caratteristiche della domanda  
Il comportamento d'acquisto secondo le caratteristiche della domanda

### • Il budget degli acquisti

La pianificazione dell'attività d'acquisto  
Dalle previsioni al budget degli acquisti  
Stesura del budget e individuazione dei drivers operativi  
Metodi di controllo degli obiettivi

### • Le politiche d'acquisto

La classificazione degli acquisti  
La selezione dei prodotti per fatturato e criticità prodotto/mercato  
La definizione delle politiche di sourcing  
Il Commodity Manager

*Esercitazione: la definizione delle politiche di acquisto per classe merceologica*

### • La gestione contrattuale dei fornitori e la trattativa d'acquisto

Gli elementi di negoziazione: i five rights  
Dal prezzo al costo totale  
Le forme contrattuali in relazione al rapporto di fornitura da instaurare  
La trattativa efficace

### • L'organizzazione della funzione acquisti

Gli acquisti diretti e indiretti  
Le procedure della funzione acquisti  
Accentramento e decentramento della funzione  
Purchasing e Procurement: quando separare o integrare queste funzioni  
L'organizzazione dell'ufficio acquisti  
Le logiche per ridurre i costi e i tempi d'acquisto  
La gestione del personale: Delega, controllo e sviluppo delle competenze

*Esercitazione: la valutazione delle attività interne alla funzione acquisti*

### • Gli approvvigionamenti e la gestione delle scorte

Principali modelli di gestione delle scorte  
Metodi per valutare il livello delle scorte

### • I sistemi informativi di supporto per gli acquisti

I software per gestire le procedure d'approvvigionamento  
Il sistema MRP/ERP

### • Il monitoraggio delle prestazioni interne e dei fornitori

I fattori di valutazione del fornitore  
Il vendor rating  
Metodi per valutare l'efficienza dell'ufficio acquisti

*Esercitazione: l'impostazione di un sistema di indicatori per gli acquisti*

## Durata e costi

Durata : 2 giorni  
22/23 aprile 2015  
2/3 dicembre 2015  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
Rif. A07

## → A chi è indirizzato

**Responsabile Acquisti e Approvvigionamenti**  
**Materials Manager**  
**Responsabile Logistica**  
**Assistente al Responsabile Acquisti**

## → Obiettivi

- approfondire le tematiche del servizio e fornire strumenti e competenze a supporto delle decisioni dei professionisti degli acquisti
- adeguare la formazione dei responsabili al nuovo scenario concorrenziale



# Acquisti

## Il buyer efficace

Formazione pratica di base per compratori

*La pressione della domanda e la concorrenzialità diffusa condizionano i prezzi di vendita e spingono le imprese a porre molta attenzione agli acquisti per avere alti livelli di profitto dato che i prezzi d'acquisto incidono del 40-80% sulle spese totali dell'azienda. Oggi l'acquirente deve garantire non solo tempi, ma anche costi, qualità, innovazione e sapersi integrare con le altre funzioni aziendali. Deve quindi conoscere gli "strumenti tecnici" della professione e possedere le abilità comportamentali, per poter raggiungere efficacemente gli obiettivi prefissati.*

### Durata e costi

Durata : 2 giorni  
 13/14 maggio 2015  
 25/26 novembre 2015  
 Orario: 9.00 - 17.30  
 QUOTA EURO 1.300 + IVA  
 Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. A08**

### PROGRAMMA

#### • Gli acquisti e l'economia

L'impatto della globalizzazione e della new economy  
 Il ruolo della supply chain alla formazione del valore

#### • La funzione acquisti: responsabilità, obiettivi, attività

L'importanza della funzione acquisti e l'impatto sull'utile aziendale  
 Gli obiettivi della funzione acquisti: qualità, quantità, prezzo, fonti, consegne  
 Le responsabilità del buyer  
 Le relazioni con gli altri settori dell'azienda e i fornitori per ridurre i costi e aumentare il livello di servizio

#### • Politiche, procedure e gestione degli acquisti

Il processo di approvvigionamento e di acquisto  
 Le norme e le procedure aziendali nel processo di acquisto  
 Richiesta d'acquisto e d'offerta - valutazione

#### • La formazione della domanda interna

Rilevazione e pianificazione della domanda  
 Analisi e conoscenza dei prodotti  
 Standardizzazione  
 Piazzamento ordini e conferme del fornitore  
 Metodi di controllo efficaci

#### • Il marketing d'acquisto e la gestione dei fornitori

Misura delle possibilità del fornitore di garantire un efficace approvvigionamento: valutazione preventiva e consuntivo - il vendor ranking  
 Aspetti etici e giuridici

#### • Tecniche e strumenti usati dai compratori efficaci

Gestione del proprio tempo: lavorare con più intelligenza piuttosto che più a lungo  
 Il metodo ABC per stabilire le priorità  
 La conoscenza dei prezzi  
 L'analisi del valore per eliminare i costi non necessari  
 Dall'approccio contrattualistico alla partnership

#### • Il contributo del compratore nella riduzione delle scorte

La responsabilità del compratore  
 La gestione del flusso dei materiali  
 La definizione dei livelli di riordino  
 I comportamenti e le informazioni per soddisfare l'obiettivo

#### • Le tecniche di negoziazione per una trattativa vincente

Quando e cosa negoziare  
 La matrice della negoziazione  
 Come organizzare e condurre una trattativa vincente  
 Preparazione psicologica e tecnica della trattativa  
 La trattativa in funzione del proprio stile e del comportamento del fornitore  
**Role-play e discussioni di casi concreti di trattativa**

#### • Le nuove tecniche di acquisto: l'e-procurement

### → A chi è indirizzato

**Nuovi compratori**  
**Buyer che desiderano rivedere e aggiornare le proprie tecniche di base**  
**Responsabili interessati alla gestione di processi di acquisto**

### → Obiettivi

- contribuire agli obiettivi economico-finanziari dell'impresa
- conoscere a fondo l'intero processo di acquisto
- lavorare in sinergia con gli altri settori aziendali
- selezionare i migliori fornitori
- ottenere le condizioni d'acquisto più favorevoli per l'azienda
- sviluppare una relazione positiva e duratura con i fornitori
- migliorare le proprie capacità di negoziazione



**Risorse Umane**

# Il capo intermedio: capacità relazionali e di leadership

Come sviluppare il proprio ruolo con competenza ed efficacia

*Oggi l'azienda, per essere vincente, deve offrire elevati livelli di servizio ai clienti. Un grosso contributo, a questo riguardo, viene fornito dalla tecnologia e dai diversi strumenti operativi disponibili; ma il vantaggio competitivo è dato dalla qualità delle persone ed in particolare dai capi, che sono la parte connettiva del sistema azienda. Saper comunicare, saper gestire il continuo cambiamento orientandosi con sicurezza nelle azioni, coniugando in modo efficace produttività, qualità, servizio, sono gli obiettivi a cui il capo deve tendere con tutte le sue energie.*

## Durata e costi

Durata: 2 giorni  
 10/11 febbraio 2015  
 27/28 ottobre 2015  
 Orario: 9.00 – 17.30  
 QUOTA EURO 1.300 + IVA  
 Include il materiale didattico,  
 coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. M01**

## PROGRAMMA

### • Come governare il cambiamento

I cambiamenti in atto  
 Le competenze e gli skill per governarlo

### • Quale professionalità ora

Saper fare  
 Saper essere  
 Saper confrontarsi

### • Diventare un Leader

Leader si nasce o si diventa?  
 Che cosa è la leadership  
 Il Leader riconosciuto  
 Utilizzare la leadership efficace

### • Come gestire i gruppi di lavoro

Riconoscere i gruppi nell'organizzazione  
 Identificare i bisogni del gruppo  
 Favorire la crescita del gruppo  
 Come favorire una leadership condivisa

### • Come sviluppare la motivazione, motore dell'azione

Il clima propositivo che favorisce la produttività  
 Riconoscere e soddisfare i bisogni individuali  
 Sviluppare le competenze dei collaboratori  
 Come sviluppare piani d'azione positivi

### • Come prendere decisioni giuste

Le condizioni per prendere una buona decisione  
 I vincoli organizzativi  
 Le tecniche per decidere  
 Osare scegliere: sviluppare la propria fiducia

### • Come risolvere le situazioni conflittuali

Come affrontare gli atteggiamenti aggressivi  
 Tecniche di assertività  
 Autodiagnosi dei propri comportamenti  
 Come essere critici in modo positivo  
 Lo stile assertivo per rispondere alle lagnanze e per saper utilizzare le critiche

### • Quali informazioni chiedere e quali dare

Le tipologie di comunicazione  
 Comunicazione ed informazione  
 Le informazioni giornaliere sui risultati operativi  
 Sviluppo relazioni efficaci

### • Come governare la propria area di responsabilità

Preparare e pianificare l'attività  
 Imparare a far eseguire  
 Promuovere ed applicare le nuove regole dell'organizzazione del lavoro

## → A chi è indirizzato

**Capi, Quadri e Manager che vogliono costruirsi una leadership efficace e ottenere il consenso dei propri collaboratori**

## → Obiettivi

- rispondere alle sfide portate dal cambiamento tecnologico e culturale
- gestire comportamenti sapendo generare motivazioni
- comunicare con efficacia

## Risorse Umane

# Problem solving

Dalla progettazione della soluzione all'innovazione

Ogni problema esprime un'opportunità potenziale. La soluzione è spesso ricercata con un'analisi indiziaria degli elementi che hanno generato il problema ed utilizzando una logica ricorsiva, ossia appartenente allo stesso sistema che lo ha generato. Questo tipo di approccio istintivo e controproducente porta ad applicare soluzioni inadeguate e pericolose che, nella migliore delle ipotesi, si possono tradurre in aumento dei costi non immediatamente percepibile. L'analisi sistemica e l'intelligenza creativa sono in grado di trasformare il problema in risorsa. Una risposta tempestiva, quindi, produce flessibilità ed aumenta la reattività del "sistema immunitario" dell'azienda.

### PROGRAMMA

#### • Cos'è e come funziona il Pensiero Laterale®

*Esercizio: problemi classici con risoluzione individuale*

#### • "Il regno delle Possibilità" ed il cambio di prospettiva da problema ad opportunità

*Esercizio: problemi di illusione percettiva fisiologica ed indotta*

#### • Emisferi Cerebrali e funzionamento della neuro-fisiologia del pensiero strategico

*Esercizio: identificazione e potenziamento di uno stato emotivo produttivo in gruppi di due*

#### • Il Pensiero Laterale® e l'intelligenza istintiva

*Esercizio: riconoscimento dello stato emotivo basato sull'istinto senso-motorio*

#### • La fisiologia e la sua influenza sui nostri stati di attivazione e motivazione

*Esempio: spezzoni di film e riflessioni critiche in aula*

#### • Livelli logici di pensiero

*Case history: Apple e Google*

*Esercizio: goal setting con livelli logici*

#### • Il mind mapping per la definizione dello "spazio" del Problema/Risorsa e l'esplorazione delle soluzioni

*Esercizio: costruiamo la nostra prima mappa mentale*

#### • Combattiamo la tendenza a rimandare

*Esercizio: test di autovalutazione*

### Durata e costi

Durata: 2 giorni

23/24 febbraio 2015

29/30 settembre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e colazione di lavoro

**Rif. M02**

### → A chi è indirizzato

**A tutti coloro che vogliono rendere più veloce ed efficace il proprio processo decisionale**

### → Obiettivi

- imparare a leggere il problema da più prospettive, con strumenti sofisticati di analisi sistemica del suo "spazio" logico e semantico
- utilizzare il pensiero creativo per generare possibili soluzioni alternative o rimuovere le cause del problema
- acquisire le competenze organizzative per la corretta e tempestiva attuazione delle soluzioni individuate

## Risorse Umane

# Time Management

Armonizzare i tempi organizzativi e le proprie priorità

*La quantità del Tempo a nostra disposizione in una giornata è una risorsa finita, non modificabile. Ecco perché diventa di fondamentale importanza la qualità del Tempo (Vissuto/Tempo).*

*Le strategie di Time Management classico, unite alle recenti acquisizioni teoriche e tecniche sulla percezione psicologica del tempo, permettono in questo corso di avvicinare gli obiettivi personali e professionali portandoli "a misura" del nostro tempo e delle nostre energie.*

*La gestione del proprio ruolo, della delega, dei propri spazi si concilieranno con il metodo e la pratica di strumenti condivisi con il team per migliorare l'efficacia e la soddisfazione del sistema nel suo complesso.*

### PROGRAMMA

#### • Il rapporto Vissuto/Tempo ed il tempo psicologico

*Esercitazione: interveniamo sulla percezione del tempo psicologico*

#### • I livelli logici nella gestione del tempo in funzione dei valori e degli obiettivi

*Esercitazione: identifichiamo ciò che è realmente importante per noi*

#### • La gestione dello stato e l'aumento del rendimento lavorativo

*Esercitazione: tecniche respiratorie, posturali e di rilassamento creativo*

#### • Metodi di pre-test per l'organizzazione della propria agenda lavorativa

#### • Strategie operative per la pianificazione della giornata

*Esercitazione: costruiamo la nostra agenda*

#### • Meccanismi di delega e time management

*Esercitazione: "influenza negativa e/o potenziante della delega*

### Durata e costi

Durata: 1 giorno

24 marzo 2015

1 ottobre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 800 + IVA

Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro

**Rif. M03**

### → A chi è indirizzato

**Responsabili di Settore**

**Manager e leader**

**A chi desidera migliorare il proprio metodo di lavoro che sembra costretto in ritmi serrati e lascia poco spazio alla pianificazione strategica del proprio tempo sulla media e lunga distanza**

### → Obiettivi

- gestione delle priorità
- stabilire obiettivi e raggiungerli nei tempi stabiliti
- minimizzare gli sprechi di tempo
- massimizzare l'efficienza
- gestire meglio le interferenze/ disturbi esterni
- gestire il tempo proprio e degli altri



# Project Management

Saper costruire e controllare tempi, costi e qualità di un progetto e dei suoi attori

*Con molteplici esercitazioni, giochi d'aula e una focalizzata teoria, si imparerà a distinguere e ben gestire ruoli e difficoltà operative da predisporre per un progetto aziendale. Si testerà parimenti l'importanza della coesione del team, del miglioramento della comunicazione, e l'acquisizione della capacità di lavorare secondo un progetto prestabilito.*

## PROGRAMMA

### • Cosa è un progetto: i concetti chiave

### • I passi fondamentali per avere un progetto ben organizzato

- Il capo progetto e le altre funzioni e responsabilità di cui disporre nel team
- Le 3 strutture per realizzare un progetto
- Le 5 tappe chiave della gestione di un progetto
- Le regole dell'organizzazione del progetto in rapporto alla gerarchia aziendale
- L'organizzazione interna del progetto
- La partnership tra aziende per la realizzazione di un progetto

### • L'avvio del progetto

- I documenti necessari per l'avvio del progetto
- La suddivisione del progetto in fasi: l'organigramma dei compiti (WBS/OBS) e la loro schedulazione (Gantt Chart)
- La definizione del planning e del budget di progetto
- La stima dei costi: metodi di stima ed esempi per l'industria

### • Organizzare e gestire l'avanzamento del progetto

- Il ruolo del capo progetto e dei membri del team
- La comunicazione del progetto: le riunioni e i rapporti periodici
- La fase di fabbricazione del prodotto
- La fase di collaudo ed avvio
- La conclusione del progetto

### • I tools necessari per pianificare e controllare risorse, tempi, costi, qualità e rischi relativi

- Le logiche del controllo del progetto
- La valutazione tecnico-economica delle offerte
- Controllare tempi e scadenze: PERT, PERT/COST, GANTT
- Controllare i costi con l'Earning Value Management (EVM)
- Costruire un piano di garanzia della qualità del risultato e di revisione del progetto
- La gestione dei rischi progettuali: rischio tecnico e rischio gestionale

### • Le tecniche di valutazione degli investimenti

### • Il reporting alla direzione

- I flussi informativi
- La reportistica: disponibilità e uso delle risorse, costi, avanzamento, risultati

## Durata e costi

Durata: 2 giorni  
5/6 marzo 2015  
21/22 settembre 2015  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. M04**

## → A chi è indirizzato

Responsabili di progetti complessi

## → Obiettivi

- anticipare e risolvere le problematiche che si possono prospettare nell'avanzamento del progetto
- comunicare le informazioni relative al progetto all'interno e all'esterno del team
- applicare correttamente i metodi e gli strumenti di organizzazione e comunicazione nelle differenti fasi del progetto
- guidare l'evoluzione dell'organizzazione dei progetti verso un'organizzazione per processo



**Marketing e  
Vendite**

# La gestione del coraggio: aumentare impegno e risultati della rete di vendita rompendo le regole

Come garantire all'azienda maggiori risultati commerciali agendo sui punti di forza

*Le aziende che vogliono stare sul mercato devono investire, ancora più di ieri, sulle proprie persone e in particolare sui venditori. E' urgente competere mediante un fattore chiave: il coraggio. Coraggio per l'azienda, perché è decisivo sia risSelected la forza vendita verso l'alto, sia investire sulle risorse di valore in modo diverso. Coraggio per i Capi Area che accettano il fatto (incontrovertibile) che i risultati del loro gruppo sono lo specchio delle loro stesse competenze manageriali. I Capi Area devono avere il coraggio di mettersi in discussione su come utilizzano i metodi e le relazioni per gestire uomini e risultati. La motivazione degli uomini sul terreno passa attraverso alcune leve: in primis accrescere la loro autostima, quindi assicurare l'adozione reale delle buone pratiche operative e dei metodi di gestione del cliente, indispensabili per mantenere i margini ed aumentare la penetrazione. Le esperienze, alle quali si farà riferimento nel seminario, dimostrano che è possibile cambiare e raggiungere risultati impensabili con qualunque tipo di rete, sia essa diretta o di agenti monomandatari o plurimandatari, oppure concessionari.*

## Durata e costi

Durata: 2 giorni  
8/9 aprile 2015  
28/29 ottobre 2015  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. V01**

## PROGRAMMA

### • Che cosa porta una rete di vendita al successo

#### *Confronto fra le esperienze dei partecipanti*

Le ricerche sulla leadership dell'area commerciale e le implicazioni per il management

Per rompere le regole ci vuole...

#### *Discussione*

### • Il cambiamento possibile: linee d'intervento

Dalla strategia dichiarata all'azione

I Fattori Critici di Successo che realizzano la strategia:

- per i Responsabili aziendali
- per i Venditori

#### *Autovalutazione degli atteggiamenti verso lo sviluppo delle risorse*

### • Le informazioni per fare margini

Quali informazioni occorre ottenere per vendere meglio e chi le deve usare

L'impiego motivante delle informazioni nelle due direzioni e il loro valore economico

### • Le informazioni per incrementare la penetrazione

La conoscenza del territorio: geomarketing

La selezione delle opzioni operative necessarie: microposizionamento per creare valore

Quali supporti dare ai venditori

### • Lo sviluppo e la fidelizzazione dei clienti

Caricate...: strumenti per la conoscenza dei clienti

Puntate...: metodi di segmentazione della clientela

Fuoco! : azioni pianificate e mirate

I piani d'azione che ...fanno agire

### • Il contributo delle tecniche

La scelta delle tecniche di vendita nel Supermarket della formazione: quali metodi in quali mercati

### • Il contributo delle tecnologie

Il Customer Relationship Management (CRM) non è un software!

Gestire le informazioni e le relazioni

Per un database utile e semplice

## → A chi è indirizzato

**Direttori Vendite**  
**Responsabili Commerciali**  
**Area Manager**  
**Responsabili Post-Vendita/Customer Service**

## → Obiettivi

- razionalizzare le strategie aziendali e allineare coerentemente ad esse i comportamenti professionali dei commerciali
- individuare i metodi applicabili alla propria rete per migliorarne risultati e autostima

# Marketing e Vendite

## Vendere in tempi di recessione con la rete di relazioni

*La crisi in atto rende i contatti con i clienti più faticosi, rituali e meno produttivi: che cosa fare?*

*Oggi ai commerciali occorrono nuovi modi per approcciare il mercato, puntando sulla propria rete relazionale per facilitare nuovi contatti, per trasformarli in clienti e aumentare il ritorno sull'investimento relazionale.*

*Non "buone relazioni", perché ogni venditore le sa già mantenere, bensì le tecniche e gli strumenti specifici che trasformano le relazioni in business più stabili e i lead in nuove vendite.*

### PROGRAMMA

#### • Le Basi della rete relazionale

Definizione e importanza della rete di relazioni  
Psicologia della rete relazionale  
La rete in un processo di sviluppo del Business  
Dove e come creare la propria rete di relazioni

#### • Il funzionamento: le chiavi di una rete efficace

Organizzarsi: chi conosci e che cosa conosci  
Disegnare la propria rete ed espanderla  
Analizzare la propria Rete  
Assemblare il proprio sistema di Self-Marketing  
La fase preparatoria e i materiali per un Self-Marketing efficace  
Far funzionare gli strumenti del Self-Marketing  
Contenuti: le cose giuste da dire  
Presentazione: Come dire ciò che va detto  
Rapporti: Come conoscere le persone  
Comunicare: al telefono, in pubblico, per scritto

#### • Azione! Tipi d'interazione nella Rete

Reperire i dati  
Strategia  
Domande da fare  
Incontri con i Referral: fare rete e sviluppare i contatti

#### • Trattare con persone difficili e superare situazioni a rischio

Come gestire persone difficili  
Le situazioni a rischio  
Quando sviluppare una rete relazionale non piace: alcuni consigli pratici per gli introversi

#### • Relazioni per sempre

Arte e Scienza del Ricambiare.  
Alcuni modi corretti per mostrare gratitudine  
Il piano d'azione: il motore del successo della Rete relazionale

### Durata e costi

Durata: 2 giorni  
14/15 aprile 2015  
12/13 novembre 2015  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 1.300 + IVA  
Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro  
**Rif. V02**

### → A chi è indirizzato

**Venditori senior (esterni e back office)**  
**Area e Sales Manager**

### → Obiettivi

- le potenzialità di una rete relazionale e l'Agile Selling Model
- come trasformare la rete di relazioni professionali per vendere.
- stimolare l'integrazione tra l'attività della rete relazionale e le attività di vendita
- acquisire nuovi strumenti e tecniche per attivare la rete di relazioni
- conoscere e superare le (eventuali) difficoltà personali nella creazione della rete relazionale.

# Marketing e Vendite

## La trattativa di vendita

Key instruments for best sellers

*Il Training Formativo qui proposto è per tutti coloro che credono che la vendita non sia una "vocazione" e che i venditori, gli account non siano "uomini speciali" ma Professionisti.*

*Professionisti in grado di imparare e, in certa misura, insegnare un mestiere che non solo può ma deve essere appreso.*

*Il percorso si sviluppa in 2 giornate d'aula, fatte di tanta pratica e della metodologia essenziale per iniziare a muoversi con successo per conto proprio, nel day-by-day.*

### PROGRAMMA

#### • La Vendita come professione

*Esercizio: meta-plan dell'orientamento al cliente*

#### • Principi di Selling Leadership

Proiezione filmato e discussione di gruppo

#### • Neuro-fisiologia della motivazione

*Esercizio: attivazione di stati psicofisici e neuro-associazioni funzionali all'aumento della propensione all'acquisto del cliente*

#### • Tecniche di gestione del Carisma (interesse, rispetto e fiducia degli interlocutori)

*Esercizio: role-play "le regole dell'influenza"*

#### • Le fasi della vendita

#### • L'analisi dello scenario e setting degli obiettivi

*Esercizio: allineamento dei livelli logici*

#### • Atteggiamento pro-attivo e negoziazione "win-win"

*Esercizio: auto-caso di successo ed auto-caso di insuccesso*

#### • Tecniche di C.N.V. applicate alla vendita

*Esercizio: ricalco e guida a gruppi di due*

#### • Tecniche linguistiche per la gestione delle obiezioni

*Esercizio: training di gruppo*

#### • La tecnica delle domande di precisione e la chiusura

*Esercizio: gioco di gruppo*

#### • Il CRM applicato alla vendita

#### • L'utilizzo degli strumenti informatici nella vendita

*Esercizio: training di gruppo*

#### • Come utilizzare efficacemente le tecnologie della comunicazione

*Esercizio: come pensare ad una proposta commerciale nei diversi canali possibili (es. telefono, mail, web, ecc.)*

### Durata e costi

Durata: 2 giorni

28/29 aprile 2015

17/18 novembre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,

coffee break e colazione di lavoro

Rif. V03

### → A chi è indirizzato

**Venditori con esperienza che vogliono incrementare le loro performances**

### → Obiettivi

- comprendere meglio che cosa è la vendita nei suoi principi base
- analizzare l'orientamento al cliente e perseguirlo, con successo, rispettando gli obiettivi
- raggiungere la motivazione alla vendita e all'acquisto: la chiave del successo nella relazione commerciale
- comprendere i compiti del venditore professionista nei vari momenti del processo di vendita
- raggiungere la padronanza degli strumenti tecnici della vendita



# Marketing e Vendite

## L'area manager

Governare le aree di vendita in periodi di crisi

*Il corso curerà gli aspetti operativi del Capo Area, pertanto verranno alternati dei momenti d'impostazione e autovalutazione a simulazioni di situazioni, nel corso delle quali i partecipanti decideranno interventi specifici e mirati.*

*Ogni partecipante si confronterà con le proprie scelte e decisioni e comprenderà cosa fare in futuro davanti a situazioni simili, formandosi un modello professionale di supervisione.*

### PROGRAMMA

#### • Il ruolo dei Capi Area

Sviluppo di una visione comune

#### • Gli stili di Leadership

**Video e discussione:** le competenze distintive del Capo Area

Qual è il mio stile? **Questionario di Autovalutazione e discussione**

Sviluppo dei profili dei diversi stili di Leadership

**Applicazioni pratiche**

#### • La motivazione

Che cosa mi motiva?

Che cosa motiva i miei venditori e venditrici?

**Esercitazioni**

Come utilizzare le Leve Motivazionali per gestire i venditori

Alcuni principi della Motivazione

#### • Team Building

**Simulazione (costruzione di un ponte) e introspezione**

Definizione di Team Building

Possibili ruoli in un Team

#### • La formazione sul campo

Il gioco dei numeri (rompighiaccio)

La curva dell'apprendimento

Come rinforzare sul campo la formazione dei venditori: modelli e strumenti

#### • La gestione delle prestazioni

I 4 fattori di successo e la verifica delle prestazioni

Gli obiettivi SMART

La gestione del tempo

#### • L'affiancamento

Il colloquio di valutazione. **Video**

Consigli pratici per condurre un colloquio motivante

**Preparazione dei role play**

### Durata e costi

Durata: 2 giorni

5/6 maggio 2015

21/22 ottobre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,

coffee break e colazione di lavoro

**Rif. V04**

### → A chi è indirizzato

**Responsabili Commerciali**

**Responsabili della Rete di Vendita e Capi Area che vogliono rafforzare la propria leadership e gestire positivamente un gruppo di lavoro**

### → Obiettivi

- rafforzare le abilità di gestione dell'area, integrando le tecniche e le impostazioni esistenti con i nuovi approcci
- impostare le abilità di base dei Capi Area per l'addestramento dei collaboratori nell'area
- fare acquisire ai Capi Area una visione completa del ruolo e fare sperimentare le abilità di Leadership: motivazione, selezione e gestione dei collaboratori

# Formazione pratica per venditori e tecnici commerciali

Le azioni e gli strumenti che generano efficacia e successo nella vendita

*La vendita, inserita in contesti aziendali strutturati, rappresenta la funzione chiave per "raccordare" l'organizzazione agli stimoli ed alle richieste del mercato.*

*La negoziazione, la relazione, la gestione del tempo e dei momenti di criticità, l'organizzazione, sono tutte competenze che chi vende gestisce ogni giorno con tutti gli attori del contesto in cui è coinvolto.*

*Il corso ha una veste eminentemente pratica, ogni strumento proposto verrà valutato dall'aula e mai imposto a prescindere.*

## PROGRAMMA

### • Il venditore nell'impresa

La funzione commerciale nell'impresa  
Il ruolo del venditore: missione ed obiettivi

### • La conoscenza del mercato

Ricerca e selezione delle informazioni  
Conoscenza dei bisogni del cliente  
Analisi della concorrenza

### • L'organizzazione della vendita

L'organizzazione per avere risultati nella vendita  
La gestione e l'organizzazione del tempo di lavoro  
La pianificazione delle visite

### • Vendere per telefono

Come utilizzarlo nella pienezza delle sue potenzialità

### • Il contatto: le basi di una comunicazione efficace

La presa dell'appuntamento, l'uso del telefono  
Le forme della comunicazione, ostacoli nella comunicazione, empatia e ascolto attivo  
La tecnica delle domande  
Come stabilire un contatto positivo con il cliente  
Come far parlare il cliente per individuare i reali bisogni

### • La negoziazione commerciale

La presentazione dell'offerta:  
- Preparazione e utilizzo delle argomentazioni  
- Presentare l'offerta in termini di vantaggi per il compratore  
- La ricerca delle adesioni  
- Acquisire flessibilità nell'argomentare in funzione dei diversi interlocutori  
La presentazione del prezzo  
La risposta alle obiezioni

### • Come concludere per vendere

I segnali di una conclusione positiva del cliente  
Le tecniche di pre-close  
La preparazione di una visita successiva  
La fidelizzazione del cliente

### • Stabilire un report di vendita

L'aggiornamento delle informazioni

## Durata e costi

Durata: 2 giorni

12/13 maggio 2015

2/3 dicembre 2015

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 1.300 + IVA

Include il materiale didattico,  
coffee break e colazione di lavoro

Rif. V05

## → A chi è indirizzato

**Venditori**  
**Rappresentanti**  
**Tecnici commerciali**

## → Obiettivi

- acquisire il metodo per essere un professionista della vendita
- conoscere le più moderne tecniche di vendita e le regole fondamentali della negoziazione che valorizzano e potenziano le capacità personali
- impadronirsi di punti chiave della negoziazione per realizzare vendite di successo che raggiungano il risultato di dare piena soddisfazione al cliente



**Workshop**

### L'automazione in magazzino: quando conviene?

Criteri organizzativi e tecnologia per migliorare le prestazioni

*È rischioso fare un progetto analitico di un magazzino automatico se prima non si è valutata l'effettiva convenienza.*

*I costi ed i rischi connessi a simili investimenti obbligano a rigorose analisi di convenienza per stabilire quali siano i benefici che è lecito attendersi dall'introduzione di queste tecnologie.*

*Per non giungere a conclusioni parziali o fuorvianti va posta la dovuta cautela nella definizione ed utilizzo di metodi che guidino alle scelte più oculate.*



#### PROGRAMMA

##### • Sistemi e tecnologie per un magazzino efficiente

I requisiti che un magazzino moderno deve soddisfare  
Cosa può fare l'automazione per il magazzino  
Tecniche automatiche per l'immagazzinamento  
La testata e i sistemi ausiliari  
Il sistema di gestione

##### • Il picking e i magazzini automatici

Il picking per i prodotti pallettizzati  
Il picking per le minuterie  
I nuovi sistemi

##### • Quando conviene un magazzino automatico

Vantaggi e svantaggi dell'automazione  
Come effettuare un'analisi di convenienza  
La definizione delle alternative, automatiche e tradizionali  
Il ritorno dell'investimento

##### • Gli errori da evitare

Non sottostimare i tempi di realizzazione  
Considerare le implicazioni a monte e a valle  
Gli attori del progetto: scegliere il team giusto

##### • La simulazione dinamica

**Esercizio di progettazione di un magazzino automatico**

#### I CASI AZIENDALI

##### THUN

E' stato realizzato, a Mantova, un nuovo Centro Logistico di circa 35.000 mq.

Oltre a far fronte all'aumento dei flussi, delle giacenze e delle referenze, l'obiettivo della nuova realizzazione è quello di fornire un eccellente livello di servizio ai clienti annullando possibili errori di spedizione, riducendo i danneggiamenti e garantendo tempi di consegna estremamente tempestivi e puntuali.

##### VOLKSWAGEN

La gestione dei ricambi per autoveicoli è particolarmente complessa a causa del livello di servizio che si deve esprimere, dell'elevato numero di referenze da gestire e della loro estrema varietà dimensionale.

Il Centro di distribuzione di Volkswagen Group Italia rappresenta un caso emblematico di queste complessità e affrontarle ha fornito risultati molto interessanti.

##### CASO 3 - Importante azienda farmaceutica

Un'importante azienda farmaceutica del centro nord ha avviato un progetto di riorganizzazione della logistica interna, mirato alla razionalizzazione ed automazione dei magazzini al servizio dello stabilimento.

Dopo aver progettato e realizzato il magazzino automatico di circa 9.000 mq per i materiali, è stato progettato e affiancato un secondo magazzino automatico per i prodotti finiti

**Durata: 1 giorno • 26 marzo 2015 - Orario: 9.00 – 17.30**

**QUOTA EURO 280 + IVA** Include il materiale didattico, coffee break e colazione di lavoro

**Rif. W01**

### L'audit delle scorte

Le tecniche per valutare ed ottimizzare le vostre scorte di magazzino

*È necessario saper vedere i propri immobilizzi di magazzino secondo tanti specifici punti di vista e misurare in modo oggettivo e sistematico, lo sforzo profuso (costo degli immobilizzi, costo degli acquisti) e i risultati effettivamente conseguiti. Scopo di questo workshop è fornire gli strumenti da utilizzare nell'operatività quotidiana per la corretta valutazione e per indirizzare, quindi, gli interventi di miglioramento.*



#### PROGRAMMA

##### • Ruolo ed importanza della gestione scorte

A cosa servono le scorte? Le scorte come fondamentale risorsa aziendale  
Più competitivi con una corretta gestione

##### • Il ruolo del gestore delle scorte

Le nuove sfide da affrontare: la ricerca dell'equilibrio ottimale tra servizio e costi

##### • Gli obiettivi di una gestione scorte ottimale

Le principali spinte al miglioramento: misurare per migliorare

##### • L'efficacia delle scorte: il livello di servizio

Livello di servizio e costi: l'importanza della scorta di sicurezza

##### • L'efficienza delle scorte: i costi per la loro gestione

Il peso delle scorte sui costi totali della Logistica  
Le ragioni per cui le scorte costano

##### • Gli strumenti per il controllo dell'efficacia e dell'efficienza delle scorte

Indicatori di Livello di Servizio  
Vendor Rating (solo Lead-time)  
L'indice di rotazione e l'indice di copertura  
La classificazione ABC (semplice ed incrociata)

##### • La previsione della domanda (cenni)

Cos'è e come si fa un buon forecast? Il monitoraggio dell'attendibilità delle previsioni  
Analisi dell'indice di variabilità e della stagionalità della domanda passata

##### • Conclusioni

#### I CASI AZIENDALI

##### CASO 1 - Importante distributore farmaceutico

Un importante distributore farmaceutico italiano ha deciso di intraprendere questo studio con Simco, al fine di comprendere i meccanismi e le risorse alla base della loro metodologia di gestione delle scorte, per individuarne punti di forza e di debolezza e per valutare soluzioni tecniche ed organizzative fattibili sui temi di gestione delle scorte. Con questa analisi, sono state quantificate le "dimensioni" del problema (costo del mantenimento a scorta, costi di emissione degli ordini, numero dei codici gestiti e venduti, rimanenza media, analisi incrociate venduto vs rimanenza, indici di rotazione ecc...), verificando l'effetto sugli stock del miglioramento dei principali parametri operativi (lotti di riordino, scorte di sicurezza), determinati grazie all'adozione di politiche di gestione mirate sulla classe ABC dei prodotti.

##### CASO 2 - Azienda leader articoli per la casa

Un'azienda leader europea negli articoli per la casa, per party e per auguri - già cliente di Simco per servizi di progettazione logistica - ha deciso di verificare in modo oggettivo i possibili benefici sia sulle risorse immobilizzate in stock, sia sul livello di servizio, ottenibili grazie all'adozione di un'avanzata suite di software per la pianificazione della domanda e della disponibilità di merci. Il metodo che Simco ed il suo partner hanno sviluppato consiste in una dettagliata simulazione (detta assessment), condotta applicando tale soluzione software sui dati storici reali della domanda e delle scorte. Il risultato fotografa il "punto di lavoro" dell'azienda sul piano dei costi dello stock e della disponibilità, condividendo col cliente alcune possibili alternative di miglioramento, quantificandone i costi ed i benefici.

**Durata: 1 giorno • 18 giugno 2015 - Orario: 9.00 – 17.30**

**QUOTA EURO 280 + IVA** Include il materiale didattico, coffee break e colazione di lavoro

**Rif. W02**

# Modalità di adesione



Cert. UNI EN ISO 9001: 2008  
N° 9175 SMC0  
Settori: EA 35 – EA 37

## MODALITÀ D'ISCRIZIONE

**Posta** SIMCO S.r.l. - Segreteria Corsi  
Via Durando, 38 - 20158 Milano  
Part.Iva/Cod. Fisc. 08570130156  
**Fax** 0239325600  
**Telefono** 0239325605  
**E-mail** formazione@simcoconsulting.it  
**Web** www.simcoconsulting.it

## MODALITÀ DI PAGAMENTO

La quota deve essere versata all'atto dell'iscrizione e comprende: materiale didattico, coffee break, colazione di lavoro. Il versamento può essere effettuato secondo le modalità di seguito indicate ed intestato a SIMCO S.r.l.

**Bonifico intestato a Simco Srl**

**Banca Popolare di Milano**  
**Sede - P.zza Meda 4, 20121 Milano**  
**IBAN** IT30 J 05584 01600000000053469  
**BIC** SWIFT BPMIITMM300

**Allegato assegno intestato a Simco Srl**

## SEDE E ORARI DEI SEMINARI

I seminari, salvo diversa indicazione, si terranno a Milano dalle ore 09:00 alle 17:30; sette giorni prima della data prevista verrà inviata e-mail di conferma. Qualora non venisse raggiunto il numero dei partecipanti necessario vi verrà comunicata per iscritto la sospensione o il rinvio del Seminario.

## MODALITÀ DI REVOCA

La revoca, deve essere comunicata per iscritto alla SIMCO S.r.l. entro otto giorni dalla data del seminario; in caso contrario verrà fatturata l'intera quota di iscrizione. Eventuali modifiche al nominativo del partecipante saranno sempre accettate se comunicate prima dell'inizio del corso. La cancellazione o il rinvio del seminario da parte di Simco, per qualsiasi causa, determinerà la sola restituzione delle quote di iscrizione già pervenute.

## PIANO SCONTI

Iscrivendosi attraverso il sito [www.simcoconsulting.it](http://www.simcoconsulting.it) si potrà ottenere uno sconto del **10%** (ad esclusione dei workshop). Mediante **iscrizioni multiple** ai seminari a catalogo. Mediante iscrizioni ai **percorsi formativi** (ove proposti).

## SCHEDE DI ISCRIZIONE

*Vi preghiamo di rispedire via email o via fax la seguente scheda di iscrizione debitamente compilata.*

Seminario: .....

Rif: ..... Data: ..... Quota di partecipazione: ..... + IVA

### Desideriamo iscrivere il seguente partecipante:

**Nome** ..... **Cognome** .....

Funzione .....

Cellulare - E-mail (a cui verrà inviata conferma/informazioni).....

Nominativo/Funzione che autorizza l'iscrizione .....

### Azienda (alla quale intestare la fattura):

**Ragione Sociale**.....

Settore di attività .....

Indirizzo..... Cap.....

Città..... Prov.....

Tel..... Fax .....

E-mail amministrativa.....

Partita IVA ..... Cod. Fisc. ....

### Indirizzo al quale inviare la fattura (se diverso dalla sede legale)

Ragione Sociale.....

Indirizzo..... Cap.....

Città..... Prov.....

Ai sensi dell'art. 1341 Cod. Civile approvo espressamente la clausola relativa alla disdetta. Timbro/Firma

**INFORMATIVA SULLA TUTELA DEI DATI PERSONALI** Si informa il Partecipante ai sensi del D. Lgs 196/03 che i propri Dati Personali riportati sulla scheda di iscrizione saranno trattati in forma automatizzata dalla SIMCO S.r.l. per l'adempimento di ogni onere relativo alla Sua partecipazione al corso, per finalità statistiche e per l'invio di materiale promozionale di SIMCO S.r.l.; il conferimento dei Dati è facoltativo, tuttavia in mancanza di consenso, non sarà possibile dar corso al servizio. In relazione ai Dati il Partecipante ha diritto di opporsi al trattamento sopra previsto. Titolare e Responsabile del Trattamento è SIMCO S.r.l. Via Durando 38 Milano nei cui confronti il Partecipante potrà esercitare i diritti di cui al D. Lgs 196/03 (accesso, correzione, cancellazione, opposizione al trattamento, indicazione delle finalità del trattamento). La comunicazione potrà pervenire via fax 0239325600 - tel.: 0239325605 - e-mail: simco@simcoconsulting.it



# Calendario Corsi 2015

Rif.	Calendario corsi con sede a Milano	Pagina	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Euro*
<b>LOGISTICA</b>												
L01	Gestione della logistica: fondamenti	13			21/22				12/13			1.300
L02	Supply Chain Management	14		17/18					6/7			1.300
L03	Il miglioramento continuo nei processi logistici	15			28/29				14/15			1.300
L04	Progettare o ottimizzare la rete di distribuzione	16	2/3						21//22			1.300
L05	Progettare o riorganizzare un magazzino	17	25/26			12/13		23/24		18/19		1.300
L06	Ottimizzare il picking	18			14				15			800
L07	L'Audit di magazzino: individuare ed eliminare i punti di debolezza	19			8					24		800
L08	Migliorare l'efficienza del magazzino senza investire	20		3						10		800
L09	Tempi e metodi in magazzino	21		4						11		800
L10	I KPI per controllare e guidare la logistica verso l'eccellenza	22		10/11						3/4		1.300
L11	Il controllo di gestione per la logistica	23			15/16			23/24				1.300
L12	Il demand planning: pianificare e gestire la domanda commerciale	24	3/4			5/6			6/7			1.300
L13	La gestione e il controllo delle scorte	25	5/6			7/8			8/9		1/2	1.300
L14	Il responsabile della logistica	26		23/24					29/30			1.300
L15	Il responsabile del magazzino	27				19/20				25/26		1.300
<b>OUTSOURCING E TRASPORTI</b>												
T01	Avviare e gestire in modo efficace l'outsourcing del magazzino	29		10						5		800
T02	Aspetti giuridici dei contratti di logistica	30		11					20			800
T03	Come ridurre i costi di trasporto aumentando il servizio	31	24/25		21/22				1/2	24/25		1.300
T04	Il contratto di trasporto e le implicazioni sulla logistica	32			23					26		800
T05	Il responsabile dei trasporti	33		19/20					27/28			1.300
<b>PRODUZIONE</b>												
P01	Il miglioramento rapido in produzione in ottica "lean": il Quick Kaizen	35	3					24				800
P02	Lean production: i principi e le tecniche di base	36	26/27					29/30				1.300
P03	Programmazione, schedulazione e controllo avanzamento lavori in produz.	37	16/17						7/8			1.300
P04	Controllare e migliorare costi e prestazioni della produzione	38		4/5					14/15			1.300
P05	L'introduzione del sistema MRP in azienda	39		18/19					21/22			1.300
P06	Il responsabile della produzione	40		11/12					29/30			1.300
P07	Il responsabile di reparto	41		25/26				22/23				1.300
<b>ACQUISTI</b>												
A01	L'evoluzione della funzione acquisti	43			29/30					3/4		1.300
A02	La trattativa d'acquisto	44			14/15					10/11		1.300
A03	Valutazione e audit dei fornitori	45			16					12		800
A04	Il marketing d'acquisto	46				6/7				17/18		1.300
A05	Gli aspetti legali connessi agli acquisti	47				19				19		800
A06	Gli aspetti legali connessi agli appalti	48				26					1	800
A07	Il responsabile degli acquisti	49			22/23						2/3	1.300
A08	Il buyer efficace	50				13/14				25/26		1.300

\* I prezzi sono da intendersi al netto dell'IVA

Rif.	Calendario corsi con sede a Milano	Pagina	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre	Euro*
<b>RISORSE UMANE</b>												
<b>M01</b>	Il capo intermedio: capacità relazionali e di leadership	52	10/11						27/28			1.300
<b>M02</b>	Problem solving	53	23/24					29/30				1.300
<b>M03</b>	Time Management	54		24					1			800
<b>M04</b>	Project Management	55		5/6				21/22				1.300
<b>MARKETING E VENDITE</b>												
<b>V01</b>	La gestione del coraggio: aumentare impegno e risultati della rete di vendita...	57			8/9				28/29			1.300
<b>V02</b>	Vendere valore nel business to business	58			14/15					12/13		1.300
<b>V03</b>	La trattativa di vendita	59			28/29					17/18		1.300
<b>V04</b>	L'area manager	60				5/6			21/22			1.300
<b>V05</b>	Formazione pratica per venditori e tecnici commerciali	61				12/13					2/3	1.300
<b>WORKSHOP</b>												
<b>W01</b>	L'automazione in magazzino: quando conviene?	63		26								280
<b>W02</b>	L'audit delle scorte	64					18					280

## Piano Sconti

### Come ottenere sconti sulle tariffe Simco

- Iscrivendosi attraverso il sito [www.simcoconsulting.it](http://www.simcoconsulting.it) si potrà ottenere uno sconto del **10%** (ad esclusione dei workshop).
- Mediante **iscrizioni multiple** per i seminari a catalogo.
- Mediante iscrizioni ai **percorsi formativi** (ove proposti).

Per ulteriori informazioni sulle agevolazioni proposte rivolgersi a:

### Segreteria Corsi SIMCO

Tel. 02/39325605 - Fax 02/39325600 - E-Mail: [formazione@simcoconsulting.it](mailto:formazione@simcoconsulting.it)

Sito: [www.simcoconsulting.it](http://www.simcoconsulting.it)

\* I prezzi sono da intendersi al netto dell'IVA



Via Durando, 38 - 20158 Milano - Tel. 0239325605 - Fax 0239325600

[www.simcoconsulting.it](http://www.simcoconsulting.it)