



I “nuovi” processi d’acquisto fra collaboration e social business

■■■■ Visti da vicino, sembrano veramente a portata di mano.

a cura di **Fabio Zonta**, Business Development – TAS xtdERP



Fabio Zonta

Oggi ai processi di Procurement è richiesto un salto di qualità, imposto dalla globalizzazione, nonché dalla complessità e dinamicità degli attuali mercati. Diventando strategica, la funzione acquisti acquisisce il compito di instaurare una relazione e una collaborazione costante anche con il mondo esterno e con i fornitori più importanti.

Queste, sinteticamente, le tematiche che sono state affrontate nel White Paper preparato da ICT4 e presentato il 25 Giugno nella prestigiosa cornice dell’UNA Hotel Tocq, dal **Prof. Stefano Ronchi** (Associate Professor of Purchasing Management at Politecnico di Milano).

Quanto emerso nel **Procurement Hour** è che le aziende non devono trascurare una funzione diventata oggi fortemente strategica, quella della gestione del Procurement, affinché possano restare competitive su mercati globali e agguerriti. Riuscire ad amministrarla meglio significa **adottare tecnologie più innovative, che permettono di realizzare processi di interazione e comunicazione efficienti** non solo all’interno, ma anche verso l’esterno, con fornitori e business partner. Le soluzioni tecnologiche per ottenere questo livello d’innovazione sono disponibili e sono basate sul paradigma della **Social Collaboration**.

I concetti presentati dal Prof. Ronchi quali la Social Collaboration - ben diverso dal vecchio paradigma abbastanza astratto della “Sourcing Collaboration” - o il concetto di **interazione e “relazione” tra Partner** (ieri tra Cliente e Fornitore), oppure il concetto di Business Intelligence, in grado di trattare e analizzare dati strutturati ma soprattutto de-strutturati, sono diventati durante la serata **una “concreta” e “tangibile” realtà** quando è stato possibile vedere la **nuova piattaforma Oracle Fusion** presentata con il supporto di **Tas Group**.

Attraverso la breve demo, gli ospiti all’evento hanno potuto vedere come la Social Collaboration non è un concetto astratto che rimane sulle pagine di chi fa teoria dell’organizzazione, ma si può concretizzare in aspetti funzionali



della piattaforma **Oracle Fusion**, che consente con estrema facilità di far dialogare due interlocutori in ambiente molto simile ai moderni Social Network stile Facebook. La piattaforma consente la **conservazione di ogni dato strutturato e non** all’interno del sistema alimentando e strutturando le informazioni utili per velocizzare i processi di negoziazione, lo scambio delle informazioni, il controllo dei processi stessi e la generazione di scenari decisionali.

La piattaforma non è più quindi un “monolite” poco flessibile e che non si piega ai processi e alle necessità delle singole aziende nel processo di acquisto, ma **diventa un sistema molto “user friendly”**, a tal punto da confondersi con le applicazioni social web più utilizzate. Ne è un altro chiaro esempio la creazione di richiesta di acquisto o la realizzazione di un ordine che oggi, attraverso la piattaforma, avvengono con uno stile e una metodologia molto vicina a quella utilizzata da chi acquista su Amazon: pochi essenziali passaggi in estrema sicurezza e controllo per arrivare all’emissione della richiesta d’acquisto e/o dell’ordine riducendo al minimo le attività a basso valore aggiunto. ■

