



Articolo dal Volume "Comportamento d'Acquisto e Comunicazione Strategica: *Dall'analisi del Consumer Behavior alla progettazione comunicativa*". Autore Daniele Trevisani, Franco Angeli editore, Milano.

- © Il materiale illustrato è copyright [Medialab Research, Studio Trevisani - www.studiotrevisani.it](http://www.studiotrevisani.it), e Copyright editoriale Franco Angeli Editore, Milano. Vietata la riproduzione non autorizzata.

## Fondamenti di Acquisto Competitivo

Sul versante di chi acquista, il metodo ALM consiste nello sviluppare:

- la capacità di introspezione: saper valutare realmente quali siano i propri bisogni e distinguerli da voglie passeggere, sia negli acquisti individuali che aziendali;
- la capacità di svolgere acquisti consapevoli e negoziare adeguatamente;
- la capacità di acquistare con attenzione elevata non solo verso la qualità tecnica ma anche e soprattutto verso la qualità relazionale del fornitore;
- per le aziende: la capacità di selezionare partners in grado di produrre rapporti d'acquisto per la ricerca e sviluppo, creando relazioni congiunte, progetti comuni, e non semplice scambio di forniture;
- la capacità di focalizzarsi sui fatti che potranno accadere in seguito all'acquisto, valutando come e se il fornitore risponderà a fronte di possibili problemi (problem solving anticipativo).

**Fig. 1 - Elementi primari dell'acquisto competitivo**



- Articolo a cura di Studio Trevisani - [www.studiotrevisani.it](http://www.studiotrevisani.it) - Consulenza di Direzione in Comunicazione, Marketing e Management
- Fonte: Daniele Trevisani " Comportamento d'Acquisto e Comunicazione Strategica: Dall'analisi del Consumer Behavior alla progettazione comunicativa ". Franco Angeli editore, Milano, 2003 2° © Copyright.