

Sette passi per far crescere un'attività (anche di un commercialista)

di [Assunta Incarnato](#)

Pubblicato il 29 Febbraio 2024

Oggi andiamo alla scoperta dei sette passi necessari a far crescere un'attività, che sia un'impresa o uno studio professionale. Il business profittevole non è solo quello dei clienti, bensì anche quello dei consulenti, commercialisti in primis.

Nei [precedenti articoli](#) abbiamo cercato di capire insieme come stanno davvero le cose per molti commercialisti, analizzando alcuni dati ufficiali. Per riassumere: **la maggior parte degli studi professionali si occupa ancora di servizi contabili e fiscali di base, e il reddito depurato dall'inflazione è addirittura diminuito del 10% negli ultimi quindici anni.**



Quali soluzioni per tornare a far crescere le attività dei commercialisti?

Semplice. **E' necessario focalizzarsi sui bisogni dei nostri clienti, e offrire servizi che diano dei benefici concreti a chi paga la fattura.** A questo proposito, ti ho proposto un piccolo test, grazie al quale hai capito quali servizi di consulenza a valore aggiunto offrire ai tuoi clienti. So che funziona, perché è il medesimo test che ho fatto io ormai diversi anni fa, quando ho capito che occuparmi di adempimenti e dichiarazioni non aiutava concretamente i miei clienti. I miei clienti volevano essere affiancati da un professionista affidabile che li aiutasse non solo a gestire l'impresa, ma a farla crescere, raggiungendo obiettivi concreti.

Fu così che scoprii la strategia aziendale...

Sto parlando del 2017, quando la strategia era spiegata solo in alcuni ambiti accademici, e tanti corsi universitari neanche esistevano. Mi sono dovuta quindi rimboccare le maniche ed elaborare un metodo di lavoro che mi permettesse di aiutare concretamente i miei clienti nelle loro richieste, in maniera semplice ma efficace. Non avevo tempo per le *supercazzole*. Non solo. Il metodo di lavoro doveva aiutare anche me, che intanto avevo lasciato lo studio con il quale collaboravo, per ricominciare da zero, da sola, e senza un cliente. Condivido questo metodo di lavoro, spero possa essere utile, come aiutato me e tanti imprenditori. Come ho già accennato, alla base di un'impresa sana c'è un modello di business profittevole, in grado di creare valore aggiunto e ricchezza sia per i clienti, sia per i collaboratori e i fornitori, ma anche ovviamente per chi l'impresa la gestisce. Questo vale anche per chi si mette al servizio degli altri utilizzando le proprie competenze e la propria professionalità, come appunto i liberi professionisti, i consulenti aziendali, e anche i commercialisti.

I pilastri del business profittevole

Un modello di business profittevole si basa su questi sette pilastri:

- **Analisi dei bisogni del cliente** – ne abbiamo accennato, non mi dilungo oltre
- **Analisi della concorrenza e vantaggio competitivo**

Non ha alcun senso prodigarsi per soddisfare bisogni dei clienti, in settori dove c'è molta concorrenza e quindi molto più facilmente si scatena una guerra al ribasso dei prezzi. Piuttosto, e' opportuno identificare nicchie di mercato profittevoli, e differenziarci in maniera efficace per farci preferire rispetto agli altri competitor.

- **Sistema di offerta**

Una volta capiti i bisogni dei clienti e come differenziarci, è arrivato il momento di **proporre servizi e prodotti desiderabili**, ad alto valore aggiunto, e quindi profittevoli

- **Organizzazione interna**

Possiamo fare tutto da soli? Ovviamente, no. Abbiamo bisogno di **collaboratori fidati, fornitori affidabili, partner**. Funzionigramma, checklist e procedure sono strumenti essenziali per ottimizzare le risorse, e far crescere un'attività evitando spreco di tempo e di denaro, oltre che di opportunità.

- **Analisi del Macroambiente**

Nessuno esercita la propria attività in una bolla, ma deve interagire ogni giorno con ciò che lo circonda.

E' essenziale monitorare costantemente le variabili politiche, economiche, sociali e tecnologiche (Modello Pest/Pestel) per adeguare il modello di business e le strategie di crescita di conseguenza.

- **Numeri**

Un'attività è sana se ha un modello di business profittevole, ossia se genera costantemente fatturato, utili e liquidità. Se ciò non avviene, è un chiaro sintomo che dobbiamo intervenire.

- **Strategia**

Solo se tutti i precedenti punti sono stati validati, è possibile far crescere un'attività grazie ad un piano di strategia aziendale pratico, concreto e sostenibile. A questo scopo è necessario stabilire obiettivi precisi, azioni concrete, e misurare costantemente i risultati ottenuti grazie ai KPI.

Assunta Incarnato Giovedì 29 Febbraio 2024

Se vorrai approfondire bene (benissimo!) la tematica dei modelli di business e strategia aziendale, abbiamo organizzato un webinar, molto approfondito ed intensivo, che potrai seguire in diretta e nel corso del quale potrai chiedere informazioni ed approfondimenti direttamente ad Assunta Incarnato....???

Strategie efficaci per far crescere la tua impresa

Business Strategy Workshop in diretta online

Venerdì 8/3/2024, ore 15:00 – 18:00

Relatore: Assunta Incarnato

Programma

Alla base di un'impresa sana c'è un **modello di business profittevole**, in grado di **creare valore aggiunto** e ricchezza sia per i clienti, sia per i collaboratori e i fornitori, ma anche ovviamente per chi l'impresa la gestisce. Questo vale anche per chi si mette al servizio degli altri utilizzando le proprie competenze e la propria professionalità, come appunto i **liberi professionisti**, i **consulenti aziendali** e quindi anche i **commercialisti**. In questo Workshop andremo ad indagare insieme ad **Assunta Incarnato**, consulente in Strategia aziendale, i **7 pilastri di un'impresa di successo**:

1. **Analisi dei bisogni del cliente**
2. **Analisi della concorrenza e vantaggio competitivo**
3. **Sistema di offerta**
4. **Organizzazione interna**
5. **Analisi del Macroambiente**
6. **Numeri**
7. **Strategia**

Perché incontrarci online?

1. Perché alla base di un'impresa che cresce c'è il suo Modello di Business, Numeri, Strategia (e vale anche per i liberi professionisti).
2. Perché le imprese hanno un enorme bisogno di consulenza (strategica).
3. Perché un libero professionista ha usualmente grandi punti di forza (laurea in Economia, lista clienti su servizi base, rapporto di fiducia preesistente NON sfruttati).

4. Perché non si può aspettare

Riproduzione riservata © www.commercialistatelematico.com

Documento riservato alla consultazione da parte di: N/D

L'ISCRIZIONE INCLUDE:

