

GESTIONE D'IMPRESA

di **LORENZO LOSI**

Cosa sarebbe successo se Schumacher avesse dovuto guidare una Fiesta?

Certamente sarebbe stato competitivo con qualsiasi auto, ma difficilmente le sue capacità avrebbero compensato un mezzo del tutto inadeguato: che non sia anche il vostro caso? Un parallelo tra Formula 1 e studio professionale.

Nella mia professione di consulente per studi professionali ho presto imparato una distinzione importante: **il titolare non è lo studio e quest'ultimo è meglio interpretato come il " veicolo di opportunità " scelto dal professionista** .

Infatti, risulta ovvio che il professionista potrebbe avere la propria soddisfazione lavorativa in altri modi: lavorando per un'azienda, con uno studio diverso dal proprio, lavorando da solo, ecc.; potrebbe addirittura fare qualcosa di completamente diverso come l'allevatore di canarini.

La scelta di quale veicolo sia migliore per esprimere il proprio potenziale è uno dei grandi dilemmi della vita umana nonché il più grande cruccio di ogni genitore, ma comprendere quando "il veicolo" corrente non sta funzionando è molto più semplice. Per tanti professionisti, infatti, questa è stata la sensazione negli ultimi anni: bravi e capaci piloti, che si sono trovati, nel giro di poco tempo a guidare un mezzo meno performante delle necessità e quindi a ottenere, a parità di impegno, risultati sempre meno soddisfacenti.

Ed è qui che la distinzione tra pilota e veicolo diventa importante. Se si sta dando il massimo, come è possibile fare di più? Cambiando la macchina oppure aggiustandola.

E' sufficiente guardare un indicatore: il **margine generato** . Se lo studio non sta realizzando almeno il 30% di margine ante imposte, i nostri *benchmark* ci dicono che sono presenti problemi gestionali e di " *modello* " che rendono la macchina inadeguata alla corsa e certamente non pronta alla crescita dimensionale.

Con un margine inferiore al 30%, la chiave per sbloccare il risultato è in primo luogo **dotare lo studio di un sistema di pianificazione e controllo delle attività svolte** . In questo modo si avrà traccia dei costi e sarà così possibile snellire i processi produttivi e valorizzare adeguatamente le prestazioni.

Parallelamente, bisogna lavorare sulla generazione di fatturato seguendo 3 binari: **vendere di più di quello che stai vendendo ai clienti** . In questa categoria di azioni rientra la gestione dei forfait sottodimensionati rispetto al servizio erogato; **vendere altro agli stessi clienti** . Riguarda la valorizzazione delle attività extra e suggerisco un approccio proattivo alla proposta di cose nuove al cliente; **trovare nuovi clienti** . Trovare clienti è utile, ma è molto più funzionale se questi vengono inseriti in un contesto di studio pronto a valorizzarli: se non sei certo di guadagnarci è inutile prenderli. In primo luogo, dovrai fondare lo sviluppo sull'organizzazione e la gestione snella del cliente grazie alla **rilevazione delle attività** e all' **organizzazione** sempre migliore che ne conseguirà. In secondo luogo, i clienti verranno inseriti ai **prezzi corretti** , grazie alla consapevolezza dei criteri sui quali basare i preventivi. Infine, l' **approccio proattivo alla proposta e alla valorizzazione** degli extra permetterà di accrescere il valore del cliente, passaggio fondamentale per sostenere il " *costo* " che si dovrà sopportare per generare nuove opportunità.

Se oggi il modello di business del tuo studio non è in grado di trasformare il tuo sforzo in risultato, è ora di **ripensare alla macchina** chiedendosi come essere utili al cliente, come seguirlo con i mezzi attuali e come raggiungere i propri obiettivi (anche economici) grazie a una gestione consapevole delle proprie risorse. Spero che questo spunto possa essere di ispirazione per la grande rivoluzione che metterai in atto quest'anno e sappi che la differenza tra il tuo successo e quello che non avranno gli altri sarà la tua capacità di passare all'azione.