

---

## Salviamo il fatturato e la liquidità

**Data Articolo: 11 Marzo 2013**

**Autore Articolo: Antonio Coeli**

Cala il fatturato e le aziende non ti pagano? I grandi clienti non ti garantiscono più un livello di entrate finanziarie sufficienti? Che fare? Ottimizzare i costi, migliorare l'organizzazione, ma soprattutto approcciare nuovi business e nuovi clienti. Ecco i nostri suggerimenti per correre ai ripari e far crescere il giro d'affari per commercialisti e studi professionali.

Il perdurare della crisi mondiale sta mettendo a dura prova gli studi professionali, che registrano cali di fatturato associati a difficoltà crescenti a incassare dai clienti le parcelle a fronte delle prestazioni professionali erogate. Il fenomeno è ancora più impattante per quegli studi soliti ad operare con le aziende, in quanto la contingenza economica ha reso le società un cliente difficile dal punto di vista della solvibilità. La combinazione di calo del fatturato e difficoltà ad incassare fa sì che oggi ci siano molti studi che vedono ridotte le entrate a meno della metà dei livelli pre-crisi.

### **Come fare per recuperare il fatturato e migliorare il guadagno effettivo?**

Per aumentare il fatturato le soluzioni canoniche sono:

- Diminuire i costi: lavorare su un'organizzazione più efficiente ed efficace, facendo largo uso di strumenti e software che permettano l'ottimizzazione dei costi.
- Aumentare i ricavi: aumentare il numero di clienti e dunque la quantità delle prestazioni offerte; di sicuro non si può pensare di questi tempi ad aumentare i prezzi. Anzi, di questi tempi, un obiettivo primario diventa la capacità di incassare e non mettere in crisi la propria liquidità.
- Aumentare la gamma dei servizi offerti: differenziare la propria attività proponendo nuovi servizi e soluzioni professionali, sfruttando anche servizi accessori o a costi limitati con l'obiettivo di approcciare nuovi target di clientela.

### **... Ma nella pratica?**

Ridurre i costi si può, ma non è detto che basti. E allora cerchiamo nuove fonti di reddito e differenziamo la clientela, ad esempio integrando le prestazioni rivolte alle aziende con il **servizio ai privati** (tendenzialmente più puntuali nei pagamenti e con minori difficoltà di solvibilità rispetto alle aziende).

Ampliamo la gamma delle nostre prestazioni con **Dichiarazioni 730, pratiche di patronato, colf e badanti,**

**locazioni, successioni** ... Sono tanti i servizi da poter offrire ai privati che, a differenza delle aziende, pagano in contanti (e qualora non dovessero pagare, il danno di sicuro è minore del mancato incasso causato da un'azienda!).

Un esempio numerico: 100 dichiarazioni 730 X 40 – 50 € cad. = **4 – 5.000 euro INCASSATI SUBITO!**

## **Come raggiungere la clientela dei privati?**

I canali di promozione sono molteplici, dal volantinaggio su strada ai nuovi mezzi web. Uno strumento molto più efficace però sono le convenzioni che si possono stipulare con aziende, associazioni o enti per fare i 730 ai relativi dipendenti, pensionati, soci, etc. Il principio è semplice: **SFRUTTA LE RELAZIONI CHE HAI** e scopri nuovi business!

Molti commercialisti e consulenti del lavoro hanno differenziato così la loro attività, migliorando molto sia i ricavi sia, soprattutto, il proprio cash flow.

Antonio Coeli - Centro Studi CGN