

BENVENUTI

**I PILASTRI
ECONOMICI
DELLO STUDIO
PROFESSIONALE**

ODCEC PALERMO

PALERMO, 04 OTTOBRE 2017

RELATORE | GIORGIO MIURIN

Consulente, pubblicitista ed esperto in
organizzazione e sistemi di controllo
presso le aziende e gli Studi Professionali.



IN COLLABORAZIONE CON

Progetti Software

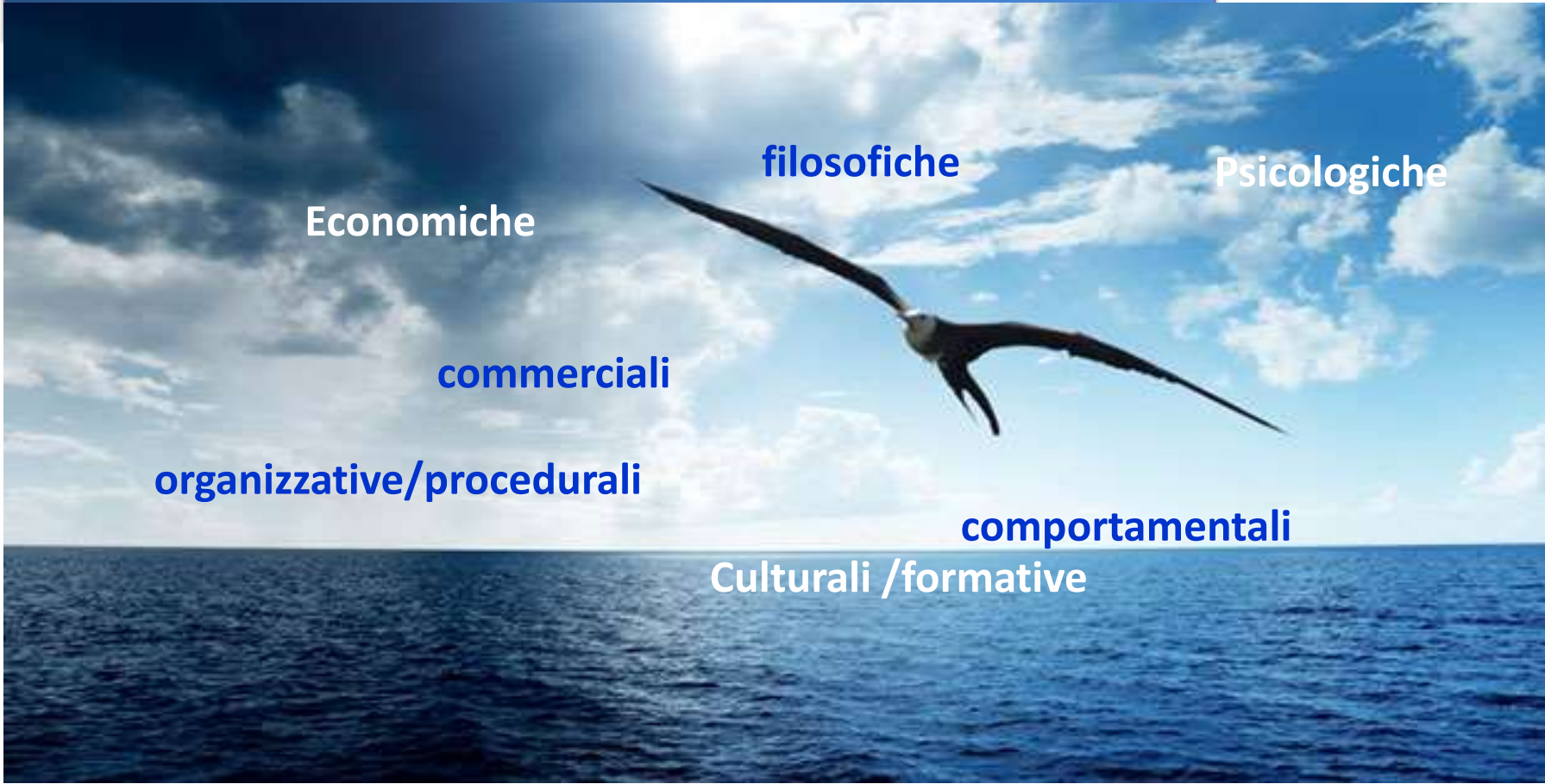
I pilastri economici dello Studio professionale



Il rating organizzativo ed il governo dello studio nel medio periodo

Una valutazione delle principali componenti che determinano la generazione e lo spreco di valore

Le componenti da analizzare



filosofiche

Psicologiche

Economiche

commerciali

organizzative/procedurali

comportamentali

Culturali /formative

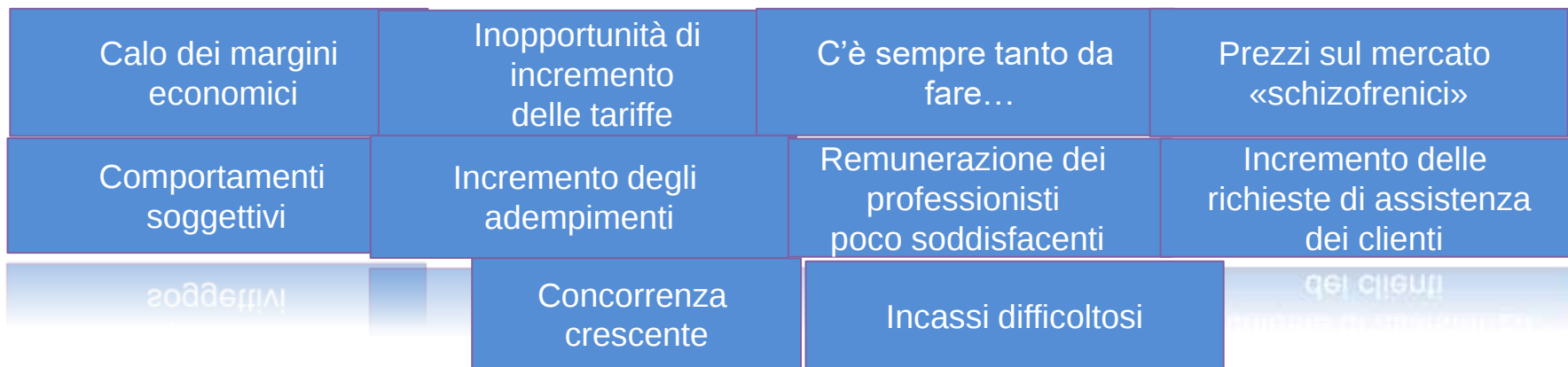
Quanto vale il
vostro Studio?

Una volta il fatturato?
Ma quale fatturato?

VALUE

3 volte l'ebitda?

4 volte l'ebitda?



Spesso prevale la resistenza al cambiamento



Stereotipi del
governo dello
Studio

Organizzare

Controllare



Ottimizziamo l'ingranaggio

Quante
procedure
servono?

Organizzare
cosa?

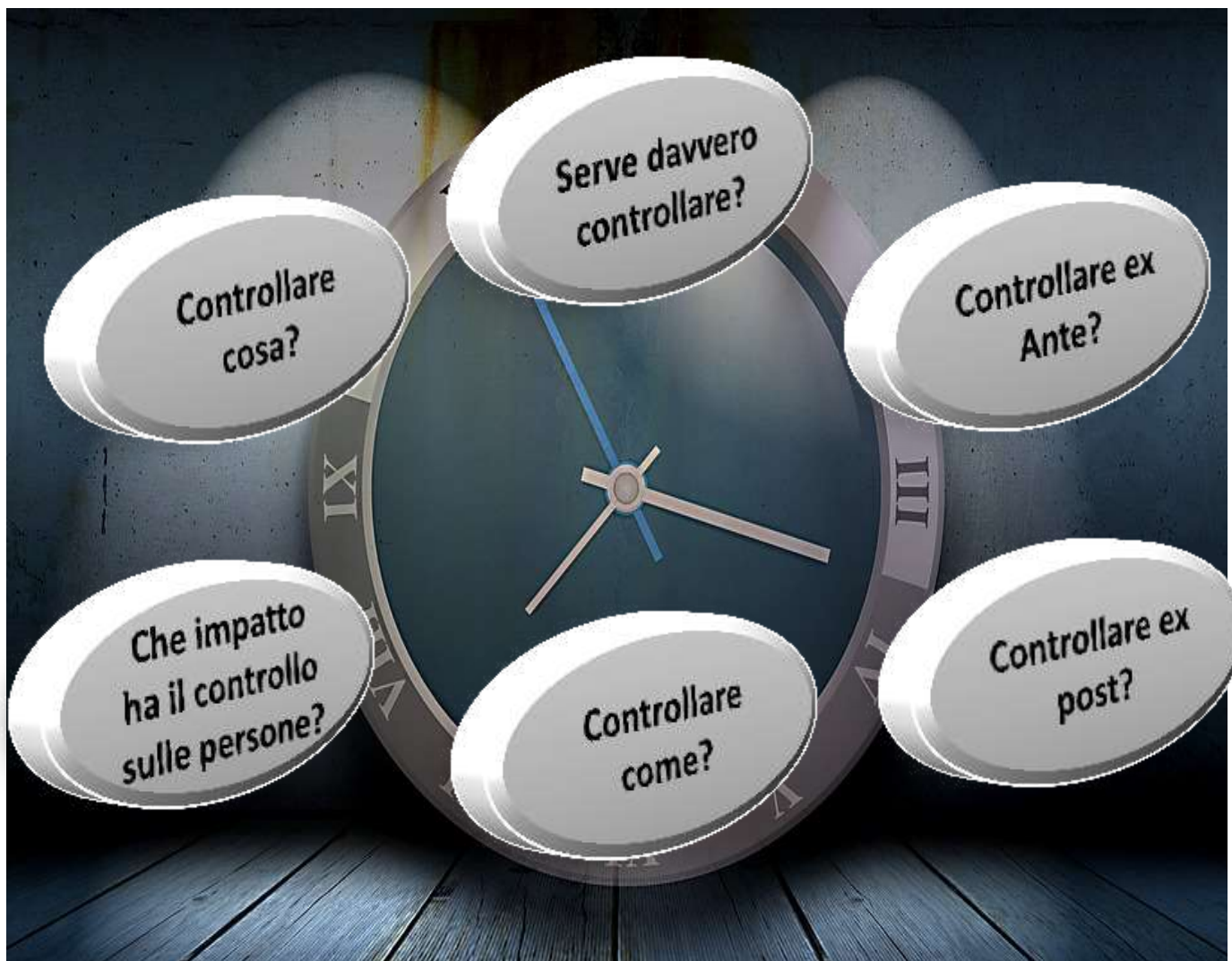
Modelli
organizzativi
dinamici?

Modelli
organizzativi
statici?

Serve davvero
organizzare?

L'organizzazione
è basata su
indicatori di
efficienza?

Esiste
l'organizzazione
migliore?



UNA VISIONE SORPASSATA

Sistemi di controllo con scarsi risultati
ed in ritardo

Sistemi organizzativi disegnati da chi
non sa cosa vuol dire gestire uno
Studio

Acquisti effettuati e basati su un equivoco



Obiettivi

**Avere una struttura organizzativa autonoma
dal professionista e proiettata sugli obiettivi**

Avere una platea di clienti remunerativa e selezionata

Avere una spinta commerciale

Avere un'organizzazione efficiente

Utopia?

incrementare
di 30.000€ la
marginalità
economica

o.... 60.000€

120.000€ di
marginalità

450.000€ di
marginalità

Preferiamo
risparmiare
3000€ sui
fornitori o.....

Bisogna saper

- Individuare gli sprechi
- Misurare i benefici
- raggiungere i risultati

Il sistema di governo
organizzativo
efficiente si basa
sui numeri.....

La strategia e
credibilità di un
sistema organizzativo
consiste **nel**
creare valore

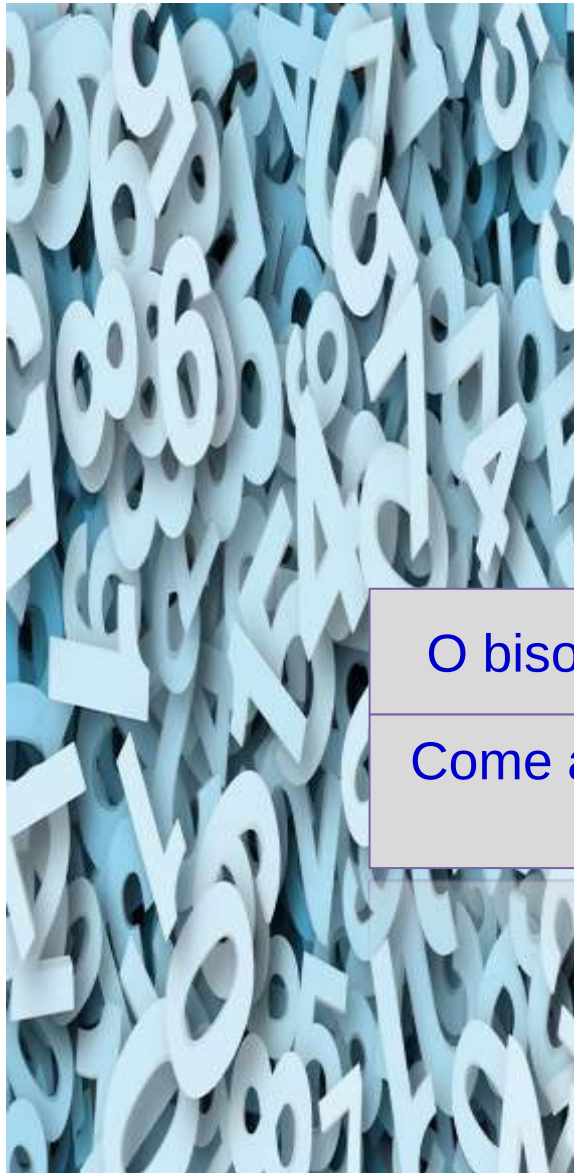
L'analisi del rating dello Studio: cosa deve garantire

Equilibrio finanziario

Equilibrio economico

Equilibrio organizzativo

Equilibrio commerciale



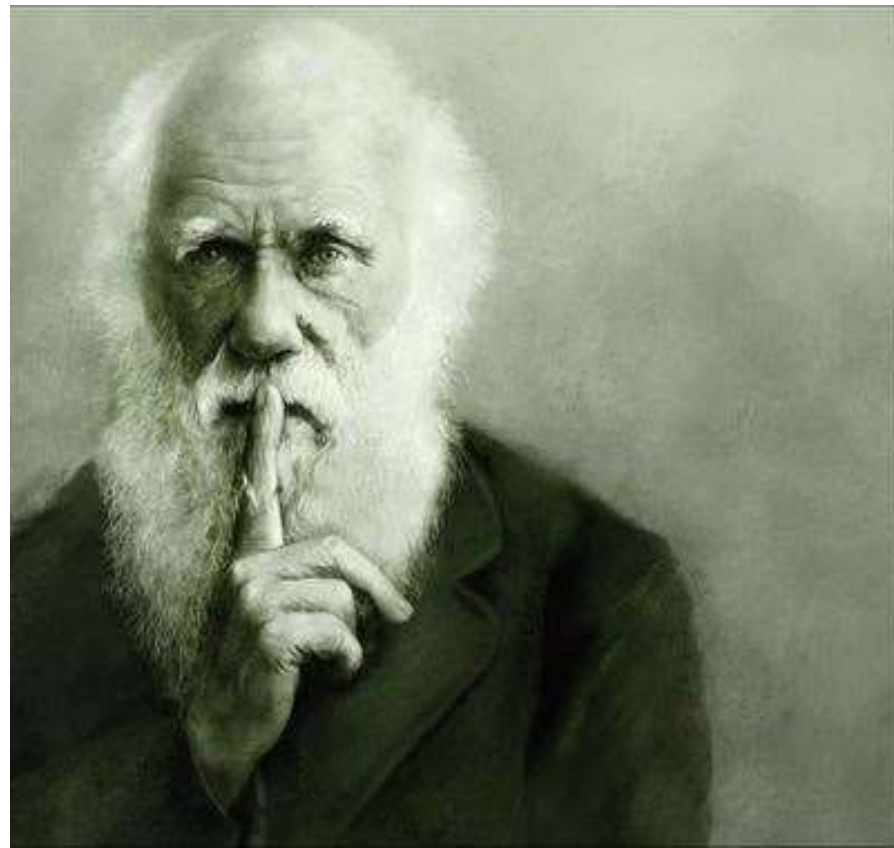
Servono sofisticati sistemi di controllo
con numeri di oscuro significato ?

O bisogna poter decidere con pochi indicatori essenziali

Come avere la garanzia che le decisioni siano condivise e
rispettate ?

serve una visione AZIENDALISTICA

serve una visione
FILOSOFICA



serve una visione FILOSOFICA

Formare non è riempire un vaso ma accendere un fuoco (Montaigne)

La giustezza non è mai altro che un errore rettificato (Gaston Bachelard)

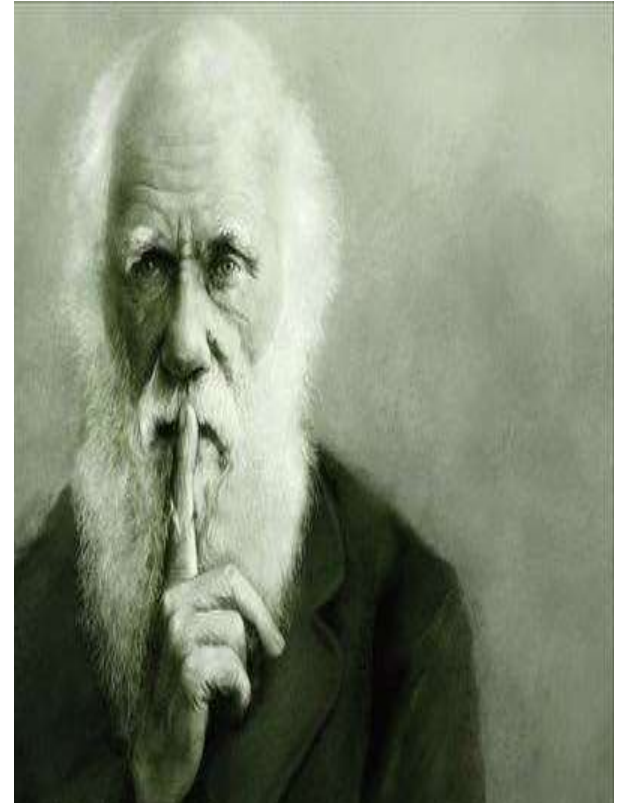
Un viaggio di mille miglia inizia sempre con un passo (Lao Tzu)

Ciò che fa grande l'uomo è l'essere ponte e non un meta (Friedrich Nietzsche)

Quando suonate una nota, solo la successiva dirà se era giusta (Miles Davis)

Non puoi dire che il vento è favorevole se non c'è una rotta tracciata (Seneca)

Io non perdo mai, certe volte vinco, altre volte imparo. (Nelson Mandela)



**Lo studio è composto da
persone convinte e
coinvolte
E non da macchine**

serve una visione aziendalistica

**Saper
Misurare**

**Saper
Organizzare**

**Saper
Vendere**



Serve un metro di misura condiviso
Per un approccio decisionale selettivo

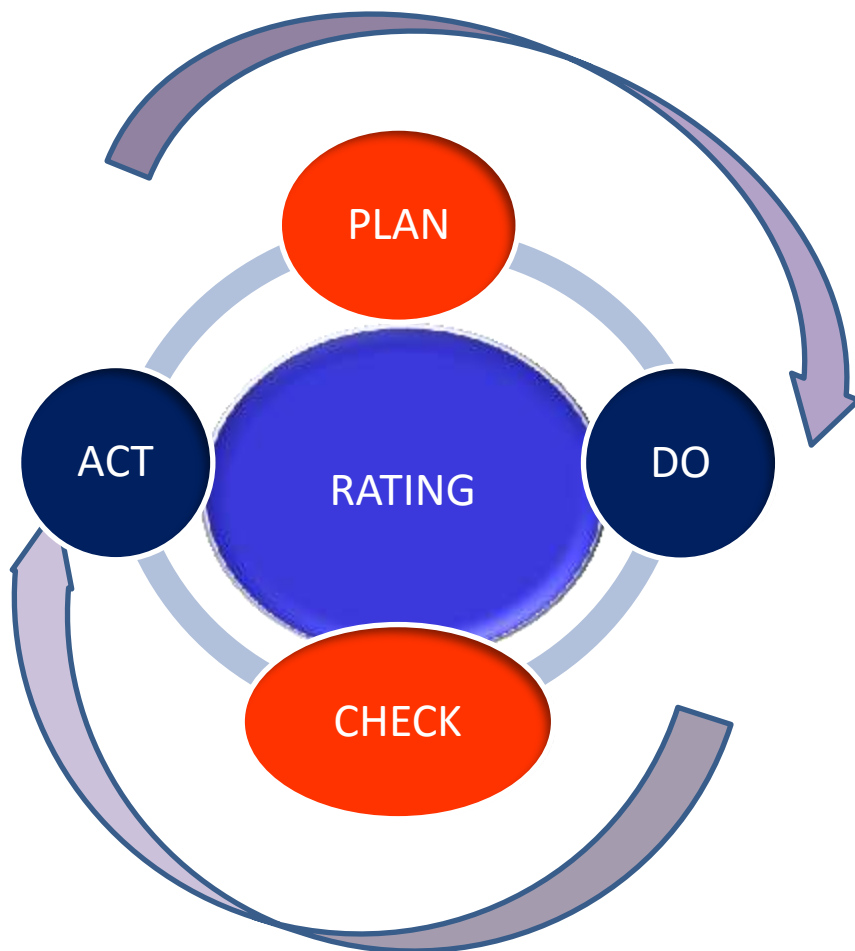
Pianifica

Organizza

Controlla

Migliora



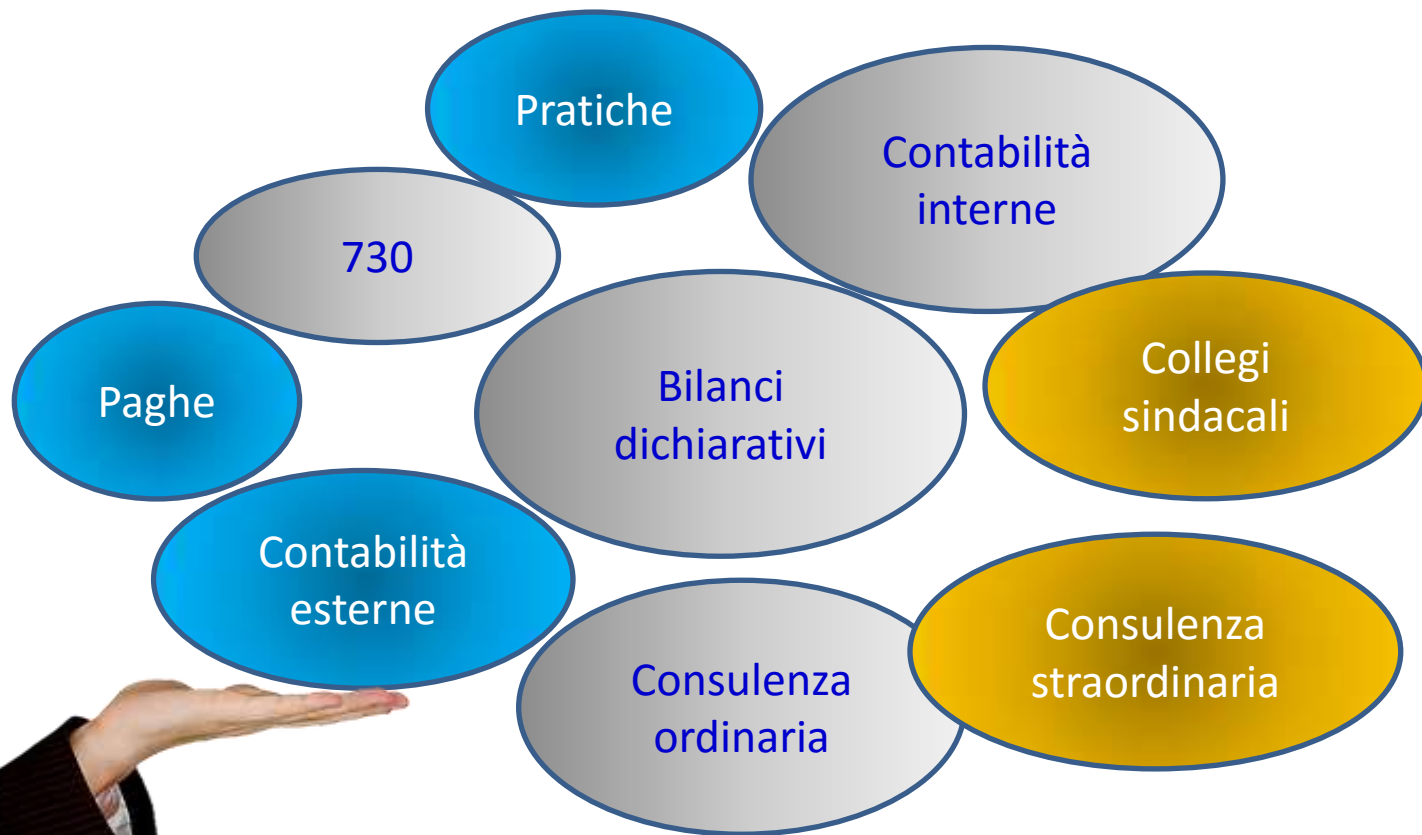


Plan: Misurazione e definizione dei parametri di miglioramento economico ed efficiente

Do: Attivazione del flusso dei processi organizzativi

Check: Controllo a consuntivo dei parametri pianificati

ACT: Condivisione con l'organizzazione dei risultati e ridefinizione di nuovi obiettivi.





Identifichiamo cosa vende lo Studio

Servizi

Competenza

Sicurezza

Problem solving

Amministrazione / segreteria

Sedute psicologiche...

...A volte psichiatriche



Cosa vende realmente lo Studio

Quale risorsa bisogna pianificare,
controllare, valorizzare e non sprecare

Esiste un **magazzino** anche nello Studio?

Un'inaspettata equivalenza

Lo Studio, ad inizio anno, acquista un magazzino pari alle ore che dovrà trasformare in lavoro e in fatturato

I processi organizzativi e decisionali lo possono valorizzare o distruggere

ANY

Quale organizzazione
serve realmente

Quante
attenzioni si
merita il cliente

Individuazione degli
sprechi

Ma è sempre colpa
dei dipendenti o
dei professionisti

Quali sono
realmente i
margini
economici
generati

QUESTIONS

Come comunicare
gli obiettivi ai
dipendenti/
collaboratori

Quando si rischia
realmente di
perdere la
clientela

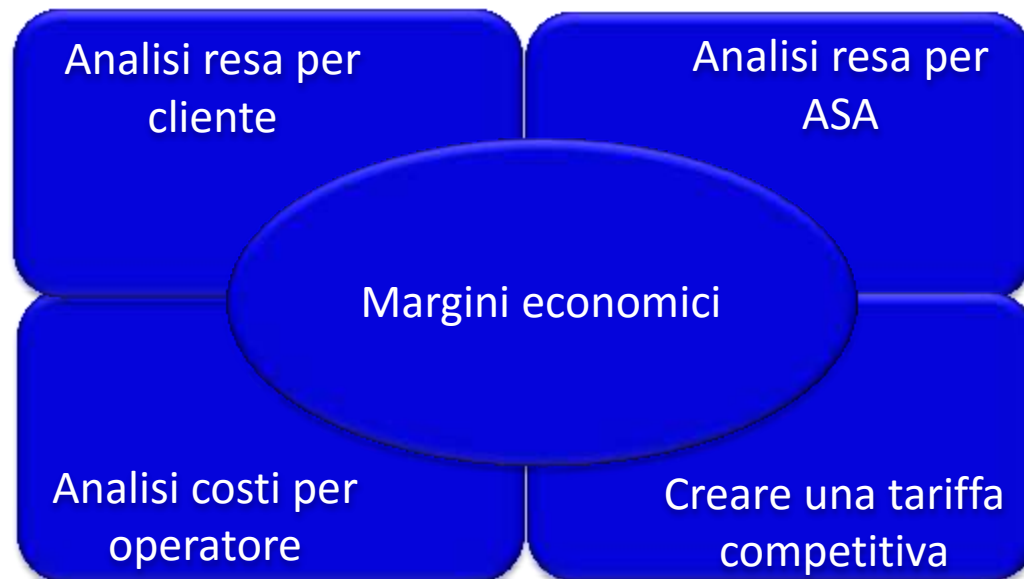
Quando e quanto
«chiedere» al
cliente

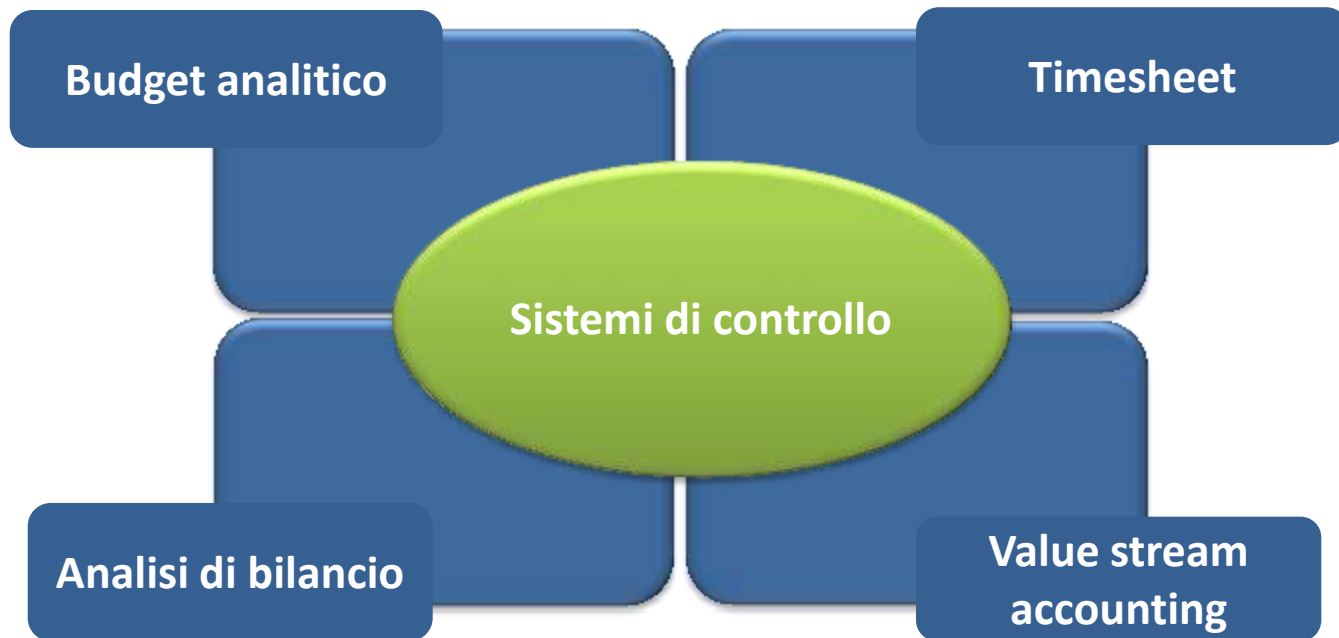
Quando temere la
concorrenza

?



Navighiamo nei numeri





I pilastri economici dello studio

Misurazione del costo di
ogni risorsa

Saturazione della
struttura

Pianificare le ore

Valore di ogni risorsa



Ma noi non vendiamo singole ore

Proponiamo un forfait

Quante palline/ore possiamo
programmare sul cliente?



Parametri di misurazione (costo diretto e costo pieno)

Costo diretto	Costo del personale/ numero ore produttive	15/20 €
Costo indiretto	Costi generali/ ore produttive	15/20 €
		
Costo pieno	Costo per ora lavorata produttiva	30/ 40 €
Costo IMPRODUTTIVO	$40 \times 2.208 = 88.320$	7/8 €

Marginalità oraria

produttività
60€/ora

Costo pieno
40€/0ra

20 €
marginalità



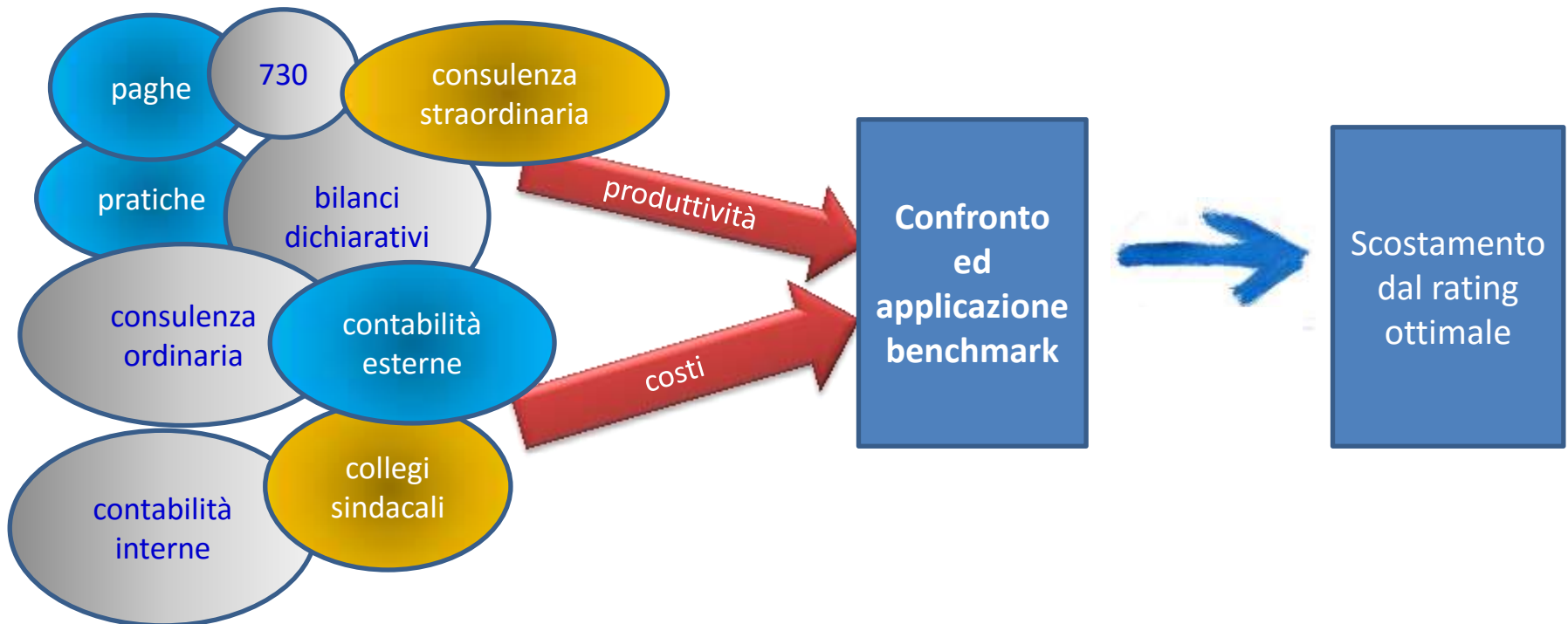
Rating 9



Il rating dello Studio: aree di applicazione

Plan

Produttività economica



**Per pianificare serve un
punto fermo di confronto**

Quanto possiamo recuperare

Dove possiamo recuperare

Come possiamo recuperare

Benchmark di confronto



I benchmark sono il mezzo per razionalizzare la **motivazione** del cambiamento e per condividere il punto di arrivo

Timesheet tradizionale: rischio competitivo per lo studio

Da una visione "ex post" ad "una ex ante"

Indice del colesterolo

min

150

max

Quali sono i benchmark di valutazione?

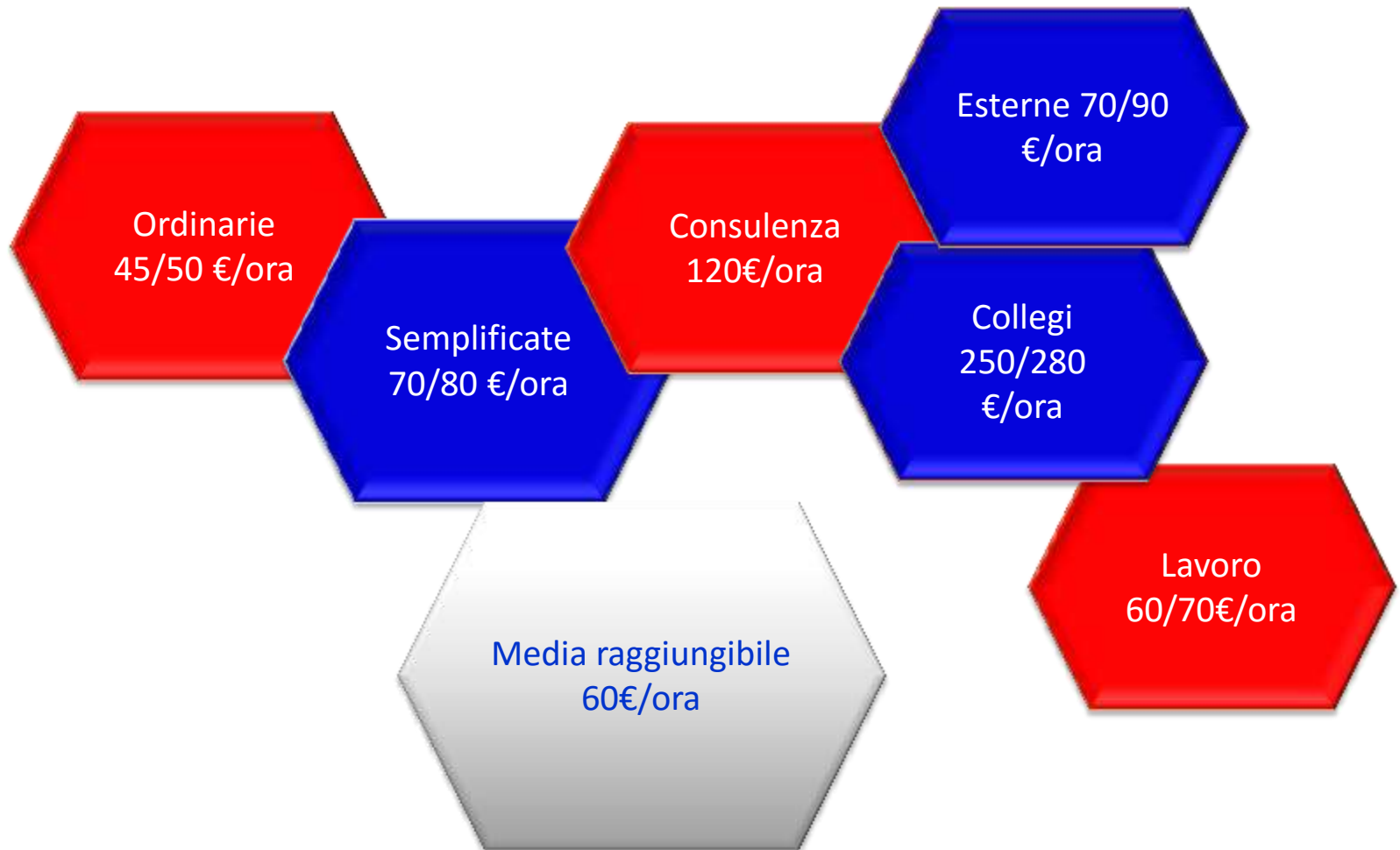
Come controllare preventivamente?

Quanto dovrebbe rendere ogni cliente

Quanto dovrebbero costare le risorse

Da cosa dipendono le rese produttive
dello Studio

Produttività per ogni servizio/prodotto



Definire gli obiettivi = budget

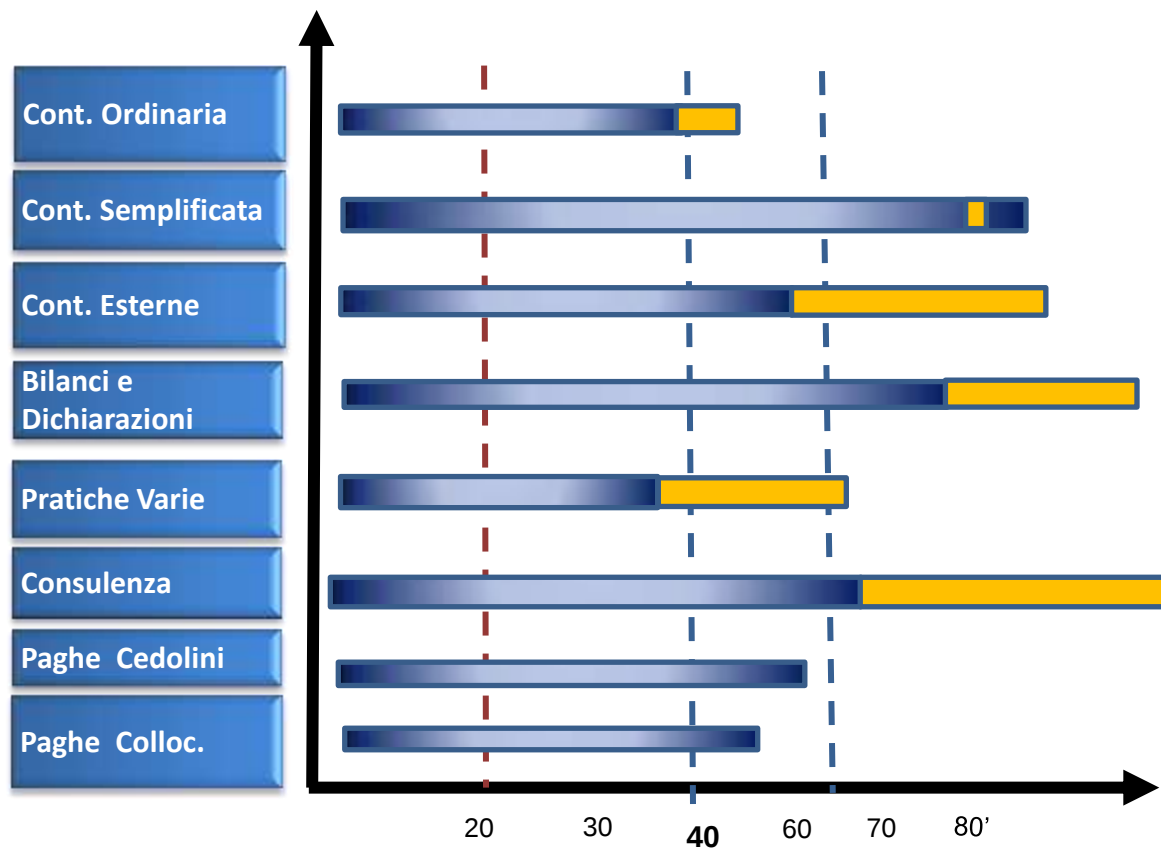
Il budget complessivo dello Studio è semplice

Il budget delle singole componenti è complesso

budget per aree

budget per cliente

budget per operatore



Il rating dello Studio: sperequazione tariffaria



Plan

rischio di concentrazione
commerciale

Tanto più ci si
allontana
dalla media
tanto più il
rating è
penalizzato

Rischio
competitivo

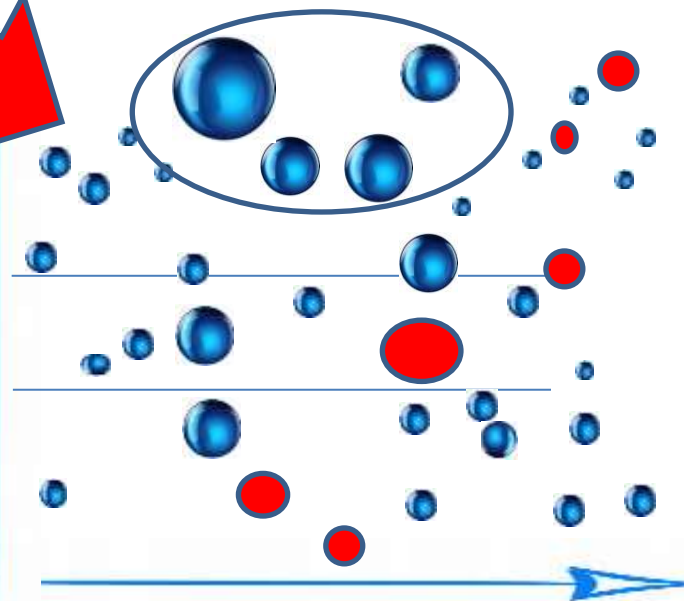
80

60

40

20

Perdita









errori organizzativi conseguenti

errori commerciali

Stabilire saturazioni operative sottostimate

Legge di Parkinson

«Accentrite» organizzativa

scarso presidio sulle performance

Scarso coinvolgimento sugli obiettivi

Procedure ridondanti e/o personalizzate



Il rating dello Studio: carichi di lavoro

Plan

LEGGE DI PARKINSON



Tariffe irrazionali

sperequazione tra i clienti

Scarso monitoraggio della customer care

Assenza di spinta commerciale

L'illusione del network



Misurazione

- Sistema di definizione degli obiettivi quantitativi e dei parametri di controllo
- Definizione delle tariffe
- Definizione delle saturazioni operative
- Definizione dei parametri di produttività
- Budget analitico

改善

KAIZEN

Filosofia. mentalità orientata al miglioramento continuo
dei processi mediante il coinvolgimento delle persone
(riunioni Kaizen)

Cosa influenza il flusso del valore e la generazione degli sprechi?

Interpretazione del concetto di servizio

Educazione della clientela

Educazione dei dipendenti

La velocità del flusso delle informazioni

La consapevolezza delle tariffe applicate

Definizione degli obiettivi e dei «recuperi»

Recupero della produttività per area operativa

Riduzione del full cost

Riduzione degli errori e delle duplicazioni

Incremento del fatturato

La consapevolezza delle tariffe applicate

Ma a cosa serve la pianificazione ed il controlloNel concreto?.....

Studio di 4 operativi
più 2 soci

$4 \times 1.760 = 7.040$
Ore presenza operatori

$2 \times 2.000 = 4.000$
Ore presenza
professionisti

**11.040 magazzino
ore presenza**

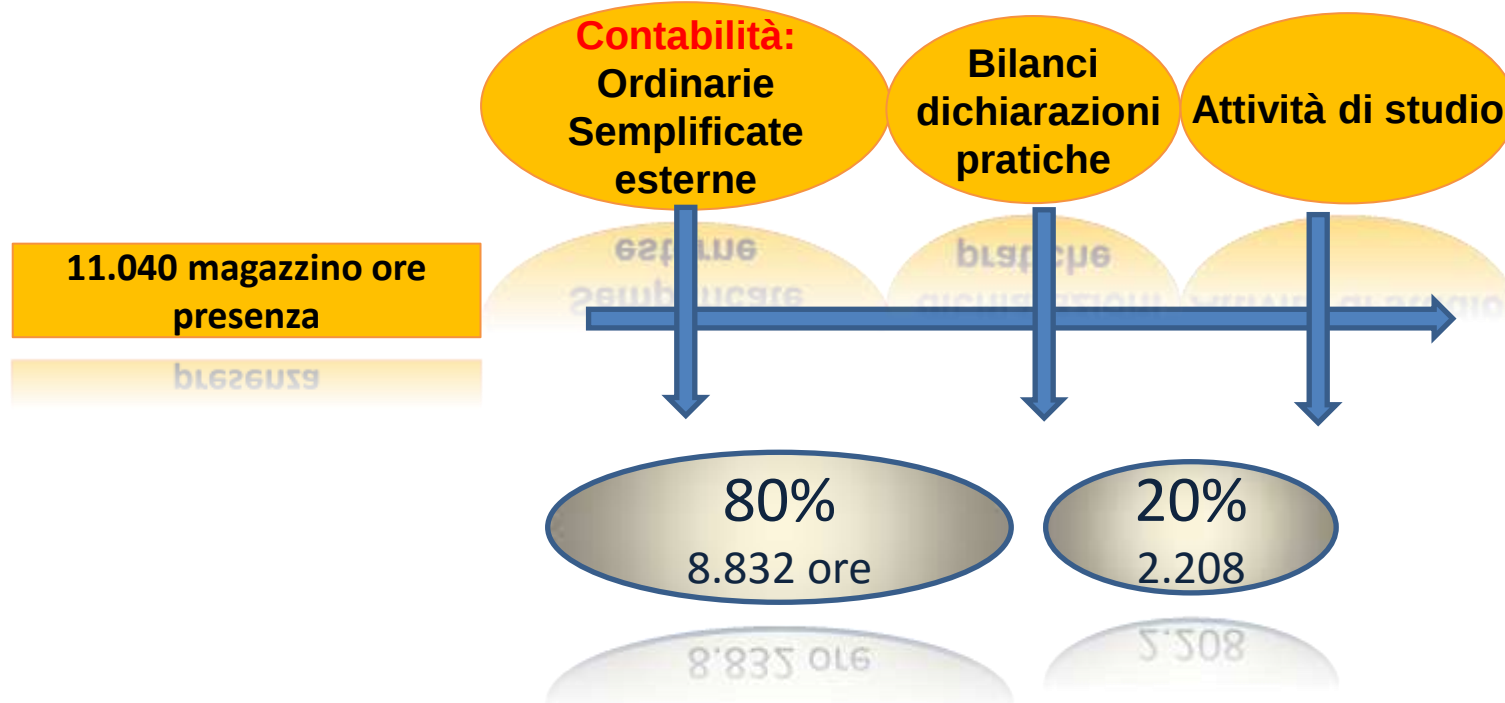
**Contabilità:
Ordinarie
Semplificate
esterne**

**Bilanci
dichiarazioni
pratiche**

**Attività
di studio**

Come devono essere valorizzate
Quante assegnarne ad ogni cliente
Come misurarne e controllare il flusso

Ma a cosa serve
.....pianificare l'improduttività



A fronte di soli 35 € di produttività che fare ?

Pezzi?

costi?

tempi?

Saturazione ?

Quanto possiamo recuperare?

**Magazzino ore
Produttive
8.832**

**produttività reale 35€/ora
44.160 € di recupero sul bep**

**produttività reale 35€/ora
176.640€ di recupero sul valore di
mercato**

Su quali aree
e con quali strumenti intervenire?

Interviene sui processi e
comportamenti

Calibrare le tariffe

Tracciare le strategie
commerciali

il magazzino dello Studio

Numero ore presenza

Personale dipendente 1760
ore presenza anno

Professionisti / soci 2200
ore anno

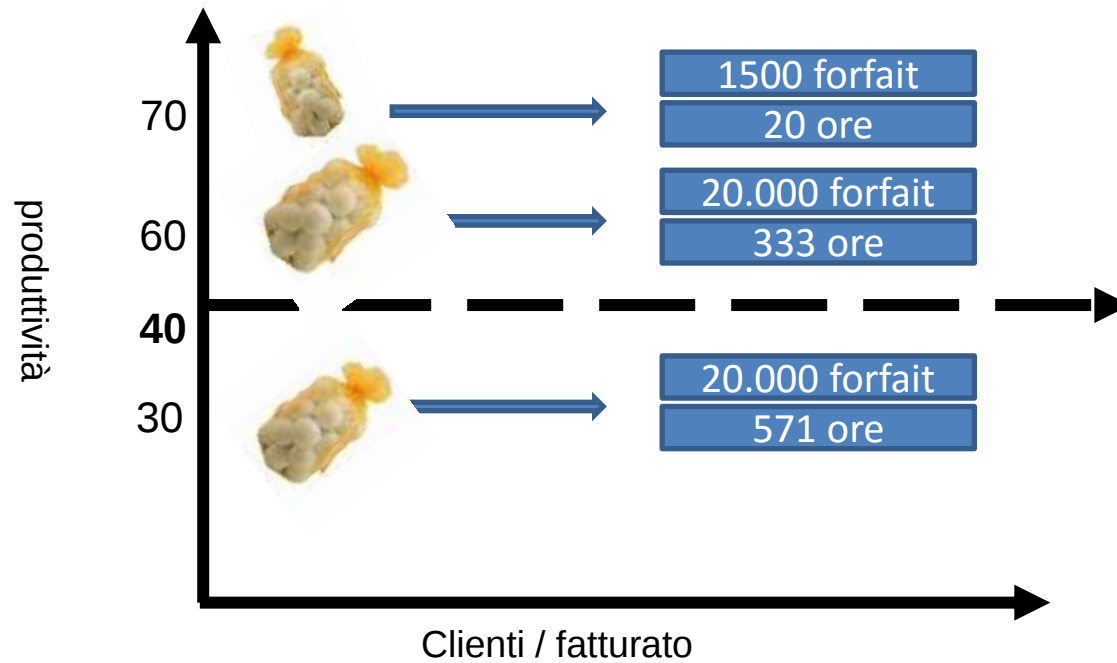
Ore produttive

75%-80% delle ore
presenza

Produttività media

Fatturato di competenza
/ore produttive

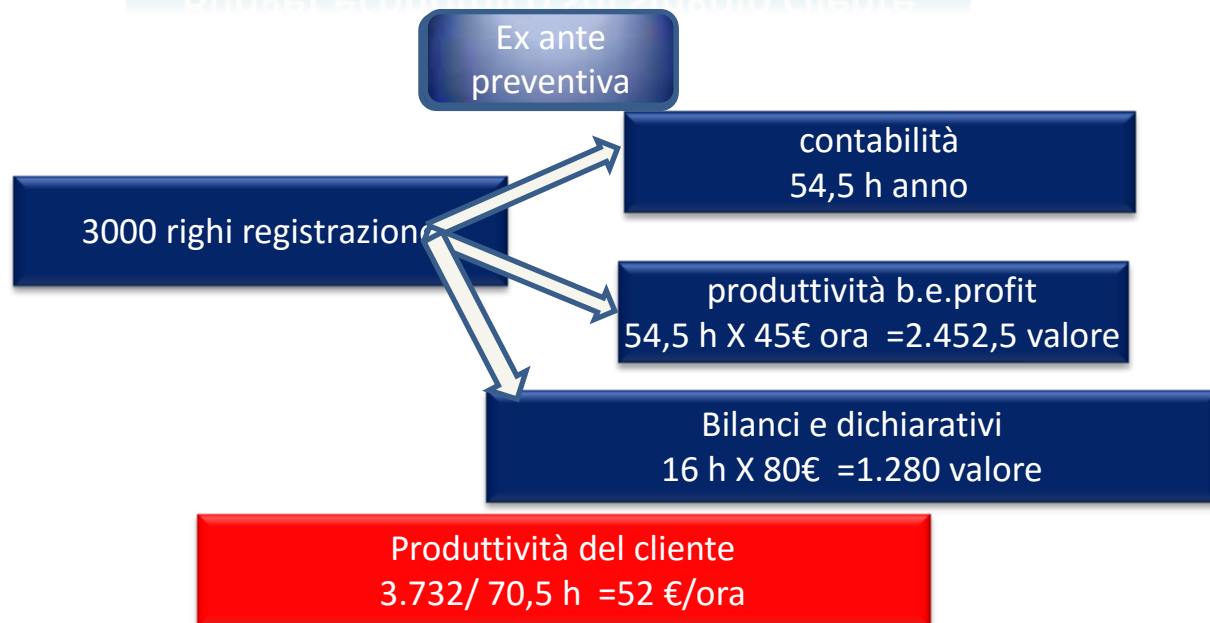
Mappatura della clientela



Budget economico sul singolo cliente



Budget economico sul singolo cliente



Budget quantitativo degli operatori



Valori Medi

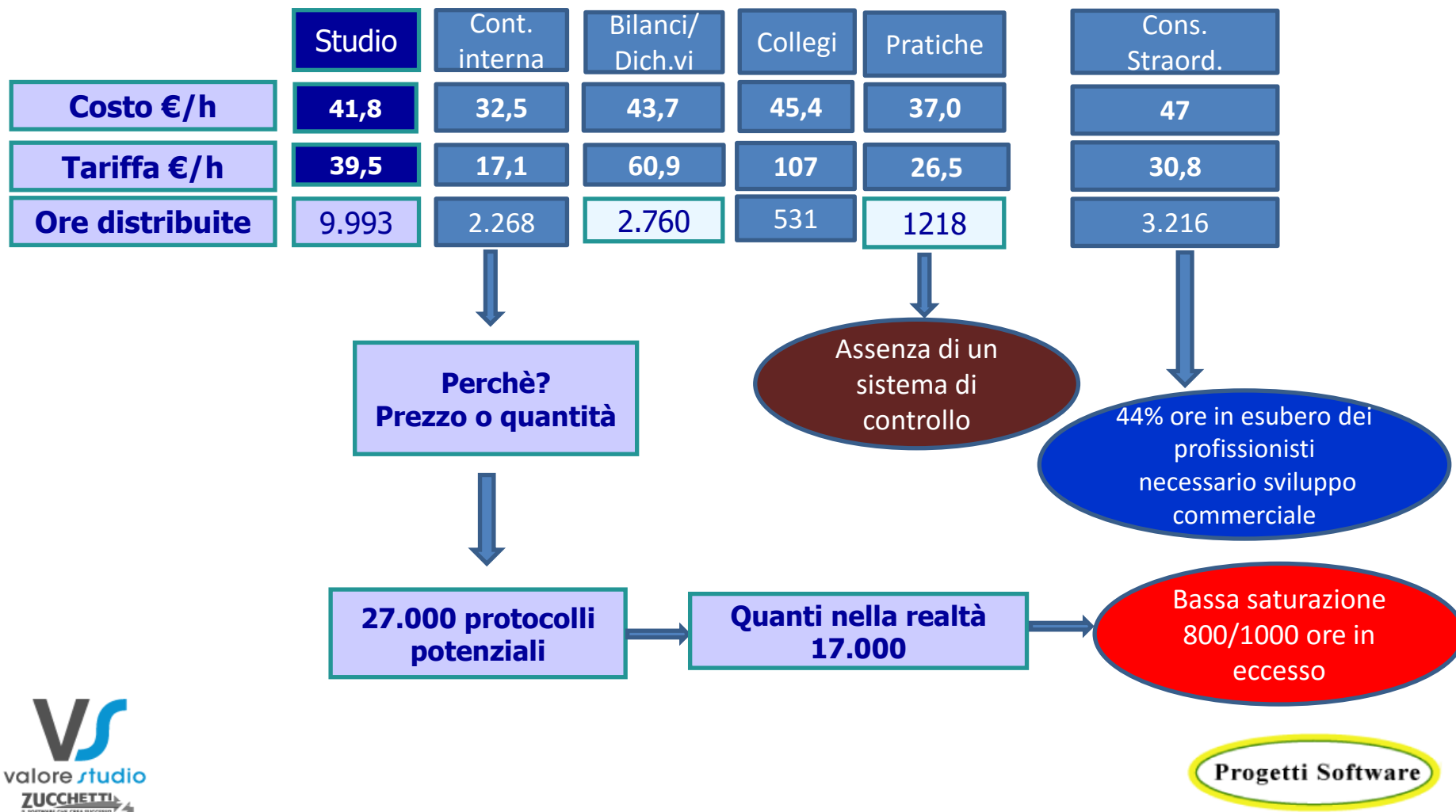
1,00 84% 93 14 7,13 1,11 **13**

INDICATORI	O/S/P/E/F	Difficoltà	Resa %	Tarif./Ora	Cos./ora	Tarif./Scrit.	Cos./Scritt.	Sritt./ora
cliente	S	0,90	95%	317	16	21,82	1,10	15
cliente	S	1,25	63%	43	16	4,09	1,53	10
cliente	S	1,84	85%	109	16	15,35	2,25	7
cliente	S	3,25	78%	74	16	18,37	3,97	4
cliente	S	2,93	-10%	14	16	3,26	3,58	4
cliente	S	1,13	72%	57	16	4,94	1,38	12
cliente	S	0,65	98%	651	16	32,73	0,80	20
cliente	S	0,45	95%	322	16	11,16	0,55	29
cliente	S	1,61	97%	455	16	56,47	1,97	8
cliente	S	3,65	81%	85	16	24,00	4,46	4
cliente	S	0,89	95%	338	16	23,23	1,09	15
cliente	S	0,41	96%	393	16	12,50	0,51	31
cliente	S	1,18	81%	85	16	7,69	1,45	11
cliente	S	2,29	71%	55	16	9,70	2,80	6
cliente	S	1,06	88%	129	16	10,51	1,30	12
cliente	S	1,38	0%	16	16	1,70	1,69	9

Il bilancio operativo Studio

	Studio	Cont. interna	Bilanci/ Dich.vi	Collegi	Pratiche	Cons. Straord.
Ricavi	395.000	38.850	168.021	56.837	32.329	98.963
Personale	220.600	29.472	66.774	13.726	22.307	88.326
Inefficienza	79.400	18.021	21.930	4.219	9.678	25.556
Struttura	115.901	26.304	32.010	6.158	14.126	37.303
Marginalità	-20.901	-34.936	47.307	32.733	-13.782	-52.223
Costo €/h	41,8	32,5	43,7	45,4	37,0	47
Tariffa €/h	39,5	17,1	60,9	107	26,5	30,8
Tariffa di mercato	55,0	43,0	66,0	250,0	50,0	70,0

Il bilancio operativo



Il sistema
di pianificazione e
controllo consente
di capire

Come viene usato il tempo in
Studio?

Che resa di efficienza hanno le
risorse?

I forfait sono calibrati?

Budget analitico per cliente

Produttività analitiche dello
Studio

Produttività potenziale per
area/attività/persona

L'analisi consente
poi...

Applicare un sistema
di
Lean office

Dimensionamento dello Studio

Creazione di procedure
omogenee

Definizione del flusso delle
informazioni

Sistema premiante

Giocala bene

Grazie

• MASTER FORMATIVO VSZ

• - WEBINARS LIVE -

- Moduli : **CONTROLLO DI GESTIONE - SVILUPPO COMMERCIALE**
- 4 sessioni di 2 ore per modulo
- Periodo : Dicembre 2017 – Febbraio 2018
- Scheda informativa e di adesione a Sua disposizione nella documentazione del convegno

Seguici...

Sui Social



Valore Studio Zucchetti

Sul nostro sito Internet

www.valorestudiozucchetti.it

Oppure contattaci:

Segreteria Valore Studio Zucchetti
Via Primo Maggio, 3
29121 Piacenza (PC)
Tel. 0523.480183
Email: segreteria@vszucchetti.it