

per aspera ad astra

(superando le difficoltà si arriva alle stelle)

# marketing & management

Tablelle di autovalutazione  
per individuare le aree di erosione del profitto

www.studiomaggiolo.it  
info@studiomaggiolo.it  
via Mons. D. Comboni, 3 Padova 35136  
tel. & fax 049-8900499  
certificato A.P.C.O. cmc-it 0098-A



studio maggiolo pedini associati  
management consulting e formazione dal 1985

## Aree di erosione del profitto



Lavorare bene, realizzare e vendere prodotti di qualità non è più sufficiente per garantire e mantenere il giusto margine di profitto, perché all'interno di ogni azienda esistono molte aree di erosione che, in modo subdolo, ostacolano quotidianamente il lavoro dell'imprenditore e gli impediscono di raggiungere i livelli di profittabilità aziendali indispensabili alla sopravvivenza stessa dell'azienda.

Queste le esigenze fondamentali di ogni imprenditore:

- **NECESSITA' DI VERIFICARE** dove sta andando la propria impresa, dove vuole arrivare e se è dotata di tutto ciò che serve per affrontare gli anni futuri: orientamenti strategici, programmi di sviluppo commerciale e piani di marketing congruenti rispetto alle risorse disponibili ed agli obiettivi fissati
- **NECESSITA' DI OPERARE DIVERSAMENTE:** l'imprenditore deve imparare dal passato ma guardare al futuro e dotarsi degli strumenti operativi di marketing che, al di là della tipologia del business e dalle dimensioni della sua azienda, deve conoscere ed usare

Le tabelle della pagina seguente, forniscono una mappa delle "aree di erosione" del profitto: spuntate quelle che ritenete possano riguardare la vostra azienda e se sono più di tre riflettete se sia il caso di intervenire.

Siamo a disposizione per realizzare il suo progetto di intervento esclusivo a misura della sua azienda.

## Funzione amministrazione

da migliorare

Budget generali e settoriali mancanti, inadeguati o non aggiornati	
Controllo periodico tra preventivo e consuntivo mancante, inadeguato o non aggiornato	
Arretrati nell'aggiornamento dei dati di contabilità	
Matrice dei costi aziendali mancante, inadeguata o non aggiornata	
Definizione delle modalità di vendita e di pagamento mancante, inadeguata o non aggiornata	
Perdite sui crediti e sugli insoluti	

## Funzione commerciale

Struttura commerciale insufficiente	
Venditori scarsamente preparati, addestrati o motivati	
Revisione periodica dei listini prezzi inadeguata o mancante	
Mix di vendita inadeguato	
Clienti trascurati	
Piano commerciale inadeguato, non aggiornato o mancante	
Piano di marketing inadeguato, non aggiornato o mancante	
Data base di marketing inadeguato, non aggiornato o mancante	
Monitoraggio del mercato di riferimento inadeguato, non aggiornato o mancante	
Asincronia con le altre funzioni aziendali	

## Funzione organizzazione

Canali di flusso delle comunicazioni interne inadeguati, non aggiornati o mancanti	
Quantità, tipologia e qualità delle comunicazioni interne inadeguata, non verificata o mancante	
Definizione dell'organigramma funzionale inadeguata, non verificata, non aggiornata o mancante	
Definizione del mansionario interno (CHI FA CHE COSA, QUANDO, IN QUANTO TEMPO, CON QUALI STRUMENTI) inadeguata, non verificata, non aggiornata o mancante	
Assegnazione imprecisa di compiti, competenze e responsabilità	

## Funzione produzione

Controllo funzionale ed economico del magazzino, inadeguato, non verificato, non aggiornato o mancante	
Conoscenza della composizione dei costi di produzione inadeguata, non verificata, non aggiornata o mancante	
Programmazione degli acquisti inadeguata, non verificata, non aggiornata o mancante	
Piani e/o programmi di produzione inadeguati, non verificati, non aggiornati o mancanti	
Programmi di gestione delle commesse inadeguati, non verificati, non aggiornati o mancanti	
Layout dei macchinari inadeguato	