

# Modulo 1

# Pianificazione

# Strategica dello Studio



**Gianfranco Barbieri**

Partner di Barbieri & Associati Dottori Commercialisti  
Presidente di ACEF

[@gf\\_barbieri](https://www.linkedin.com/in/gf_barbieri)

<http://www.linkedin.com/pub/gianfranco-barbieri/b/175/877>

# Modulo 1

# Pianificazione

# Strategica dello Studio



**Giacomo Barbieri**

Partner di

Barbieri & Associati Dottori Commercialisti

[@dott\\_barbieri](https://www.instagram.com/dott_barbieri)

[it.linkedin.com/in/giacomobarbieri](https://it.linkedin.com/in/giacomobarbieri)

# Guida alla gestione dei PMstudi

## Punti del modulo 1

- 1. Specializzarsi o non specializzarsi? La vostra strategia competitiva**
- 2. La necessità di un business plan**
- 3. Pianificare relazioni efficaci con la clientela**
- 4. Elaborazione di piani per ciascuna area funzionale**
- 5. Costruire una cultura della gestione del rischio**

# Guida alla gestione dei PMstudi

## Punti del modulo 1

- 6. Impianto dei sistemi e adozione della guida**
- 7. Utilizzo dei benchmark per misurare le performance e pianificarne il miglioramento**
- 8. La gestione del vostro studio**
- 9. Tenere sotto controllo i fattori esterni**
- 10. La continuità dell'attività: l'imperativo del breve e del lungo periodo**

# Guida alla gestione dei PMstudi

## Figura 1.1 Le otto fasi della pianificazione strategica

Fase 1: Elaborazione del piano strategico

Fase 2: Definizione della struttura operativa dello studio

Fase 3: Definizione della *mission*, della *vision* e dei *valori* dello studio

Fase 4: Definizione degli obiettivi strategici

# Guida alla gestione dei PMstudi

## Figura 1.1 Le otto fasi della pianificazione strategica

Fase 5: Definizione delle strategie per raggiungere gli obiettivi

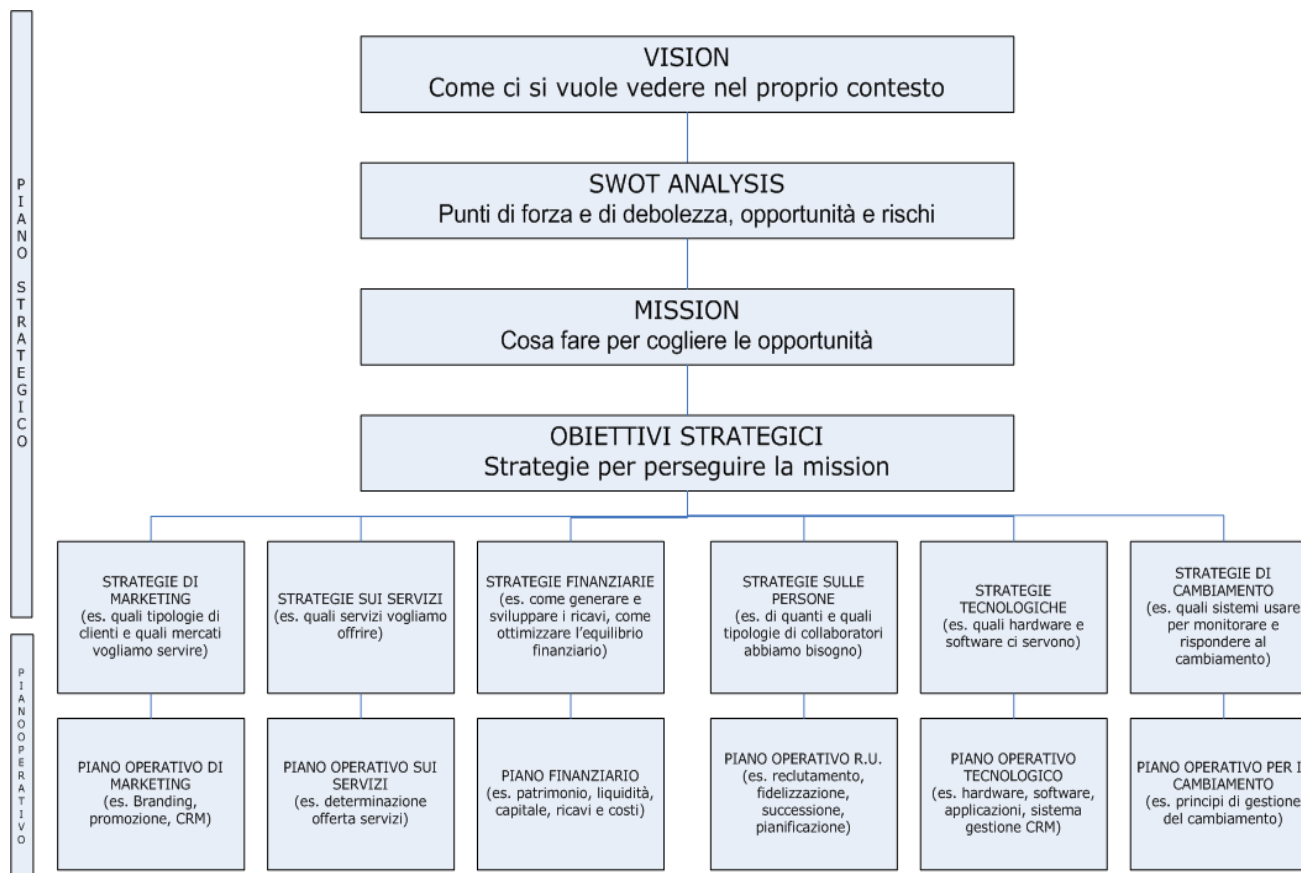
Fase 6: Definizione dei sistemi, delle politiche e delle azioni necessari per l'attuazione del piano strategico

Fase 7: Attuazione

Fase 8: Monitoraggio ed adeguamento del piano in base alle necessità

# Guida alla gestione dei PMstudi

## Appendice 1.6 - Diagramma della pianificazione strategica



# SWOT analysis (a che punto si trova lo studio adesso e quali opportunità si presentano)

## Punti di forza:

- Base familiare / Compattezza nucleo societario
- Radicamento sul territorio / tradizione
- Elasticità / Adattabilità / Flessibilità
- Impegno / capacità di sacrificio / tenacia
- Professionalità / Specializzazione
- Organizzazione
- Economie di scala
- Immagine
- Posizionamento sul mercato
- Motivazione e proattività del personale



# SWOT analysis (a che punto si trova lo studio adesso e quali opportunità si presentano)

## Punti di debolezza:

- Difficoltà nell'acquisizione di nuovi clienti
- Difficoltà nella valorizzazione di clienti esistenti
- Risorse economiche limitate
- Mancanza di tempo da dedicare alla gestione
- Governance non sempre ben definita
- Difficile governabilità della struttura
- Difficoltà di delega / visione individualista
- Posizioni interne consolidate da riesaminare
- Passaggio generazionale
- Mancanza di regole codificate
- Sottoutilizzazione del software operativo

# SWOT analysis (a che punto si trova lo studio adesso e quali opportunità si presentano)

## Opportunità:

- Aggregazioni
- Sviluppo di nuovi servizi su fronti diversi
- Sviluppo relazioni qualificate
- Partecipazione a gruppi di lavoro
- Rapporti con le istituzioni

© ACEF Associazione Culturale Economia e Finanza  
Riproduzione vietata - Tutti i diritti riservati

# SWOT analysis (a che punto si trova lo studio adesso e quali opportunità si presentano)

## Rischi:

- Rischio finanziario connesso alla crisi economica dei clienti
- Rischio economico connesso al rapporto costi/ricavi dello studio in tempo di crisi
- Impatto sul personale di eventuali ristrutturazioni organizzative

## **Mission (cosa è necessario fare per cogliere le opportunità)**

### **Un esempio:**

- Fornire soluzioni e servizi innovativi
- Lavorare per progetti
- Avere come target clienti a medio-alto valore aggiunto
- Creare partnership con altri studi / consulenti
- Autopromuoversi mediante attività convegnistiche

## Alcune regole fondamentali

- Essere obiettivi e spietati nell'autoanalisi
- Coinvolgere i partners
- Coinvolgere, motivare e responsabilizzare la base
- Essere disposti a stravolgere gli obiettivi qualora non perseguibili con successo
- Rilanciare con tempestività
- Valorizzare e condividere i risultati raggiunti

**Grazie dell'attenzione**  
**[gianfranco.barbieri@barbierieassociati.it](mailto:gianfranco.barbieri@barbierieassociati.it)**

**[@gf\\_barbieri](#)**

**<http://www.linkedin.com/pub/gianfranco-barbieri/b/175/877>**



BARBIERI & ASSOCIATI  
DOTTORI COMMERCIALISTI

B&A

barbierieassociati.it

**Via Riva di Reno 65 – 40122 Bologna**

**[www.barbierieassociati.it](http://www.barbierieassociati.it)**

**Grazie dell'attenzione !!!**  
**[giacomo.barbieri@barbierieassociati.it](mailto:giacomo.barbieri@barbierieassociati.it)**

**[@dott\\_barbieri](https://www.linkedin.com/in/giacomobarbieri)**  
**[it.linkedin.com/in/giacomobarbieri](https://www.linkedin.com/in/giacomobarbieri)**



BARBIERI & ASSOCIATI  
DOTTORI COMMERCIALISTI

B&A

[barbierieassociati.it](http://barbierieassociati.it)

**Via Riva di Reno 65 - 40122 Bologna**

**[www.barbierieassociati.it](http://www.barbierieassociati.it)**

# Bibliografia di riferimento

1. **“Guida per l’Organizzazione dei piccoli e medi Studi” pubblicata da IFAC, International Federation of Accountants, nel 2010 e la cui traduzione italiana curata dal Consiglio Nazionale è stata diffusa a luglio 2011**
2. **“Utilizzo dei sistemi informatici per le attività di organizzazione e pianificazione negli Studi professionali”, pubblicato dal CNDCEC a giugno 2011 a cura della Commissione Informatica**
3. **“Organizzazione e Marketing per lo Studio del commercialista”, documento presentato nel dicembre 2010 dalla Commissione Consulenza Direzionale del Consiglio Nazionale**



**Per ulteriori approfondimenti, materiale  
e per proseguire il dibattito online  
vi rimandiamo al sito:**

**[www.guidaifac.it](http://www.guidaifac.it)**

**Si ringraziano i partner tecnici  
del Tour Organizzazione 2012 di ACEF**

