

LA COMUNICAZIONE FINANZIARIA CON IL CLIENTE E PER IL CLIENTE

25.11.2016

Dr. ANDREA SPENSIERI CMC®- CFO
Amministrazione Finanza Controllo di Gestione
Turnaround Management

<https://www.linkedin.com/in/andreaspensieri>

www.thetasolutions.it

LA COMUNICAZIONE CON IL CLIENTE

LE CONDIZIONI ECONOMICO/FINANZIARIE:

- **PREVENTIVO**
- **COMPENSO FISSO o COMPENSO VARIABILE**
- **CHIAREZZA DEGLI OBIETTIVI**
- **MBO (PREMIO DI RISULTATO): STRATEGIA O PROBLEMA?**

IL MARKETING DEL CONSULENTE

- COSA HA IN TESTA IL CLIENTE?
-
- COME VOGLIAMO SI SENTA IL CLIENTE DOPO IL PROGETTO?
 - COSA VOGLIAMO FACCIA IL CLIENTE DOPO IL PROGETTO?
 - QUALI SONO I 3 ASPETTI CHE CI DISTINGUONO?
 - COSA CONTA DAVVERO PER IL CLIENTE (IL RISULTATO)?

Ci sono consulenti che ...

1. **ascoltano molto / parlano molto**
2. **stanno in disparte, in attesa / riempiono tutti gli spazi e i tempi (tendendo ad essere “ingombranti”)**
3. **sanno essere amabili / sono scostanti**
4. **sanno essere umili / sono arroganti**
5. **tendono ad essere amiconi a tutti i costi / tendono a restare “sulle loro”**
6. **adottano la massima trasparenza / si circondano da un pizzico di mistero**
7. **si preoccupano di aver ragione / cercano di risultare utili per i loro clienti**

Fonte: *Franco Guazzoni CMC*

8. **forzano le situazioni / médiano**
9. **si dimostrano flessibili / sono intransigenti e rigidi**
10. **sono teorici / sono pratici e concreti**
11. **sono razionali / sono emozionali**
12. **sono distaccati / sono appassionati**
13. **sanno essere generosi / hanno il “braccino corto”**
14. **hanno vedute ampie (volano alto) / stanno sul “qui e adesso”**
15. **cercano di portare sempre e comunque un po' di valore / si attengono strettamente alle richieste del cliente**

Fonte: *Franco Guazzoni CMC*

16. si dimostrano freddi e distaccati / si danno un gran da fare per realizzare ciò che hanno in mente
17. sono sinceri e tranquillizzanti / sono complicati e poco trasparenti
18. vedono (solo) le foreste / vedono (solo) gli alberi
19. vogliono stupire a tutti i costi / tendono all'understatement
20. galvanizzano chi sta loro intorno / sono prevalentemente preoccupati del rispetto delle regole e dei tempi
21.

Fonte: *Franco Guazzoni CMC*

IL POSIZIONAMENTO E LA COMUNICAZIONE:

IL POSIZIONAMENTO	PROCESSI STANDARD	ATTIVITA' AD HOC
<p>Molti e frequenti</p>	<p>INFERMIERE</p>	<p>PSICOTERAPISTA</p>
<p>Pochi e rari</p>	<p>FARMACISTA</p>	<p>NEUROCHIRURGO</p>

Fonte: Franco Guazzoni CMC

Dire molte parole e comunicare pochi pensieri è dovunque segno infallibile di mediocrità; invece segno di testa eccellente è il saper rinchiudere molti pensieri in poche parole.

ARTHUR SCHOPENHAUER (Filosofo)



La comunicazione è la chiave, ed è una cosa che ho dovuto imparare per parlare con gli attori. Ero così coinvolto con gli aspetti estetici e tecnici, che dimenticavo gli attori.

STEVE

BUSCEMI (Attore/regista)

LA COMUNICAZIONE FINANZIARIA PER IL CLIENTE

- ▶ ***IL CRUSCOTTO DI CONTROLLO E I FINANCIAL HIGHLIGHTS NECESSARI:***
- ▶ **E.B.I.T.D.A. o M.O.L. (Margine Operativo Lordo)**
- ▶ **P.F.N. (Posizione Finanziaria Netta)**
- ▶ **CASH FLOW (Flussi di Cassa)**
- ▶ **K.P.I. (Key Performance Indicators)**
- ▶ **IL BUSINESS PLAN (Questo sconosciuto.....)**

LA COMUNICAZIONE FINANZIARIA PROTAGONISTA NEL PROGETTO DI BUSINESS:

- ▶ **CHECK UP DELLA SITUAZIONE
AZIENDALE**
- ▶ **MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE**
- ▶ **CONDIVISIONE DEGLI OBIETTIVI**

LA COMUNICAZIONE PER IL CLIENTE:

- ▶ **COMUNICAZIONE VERSO GLI
STAKEHOLDERS ISTITUZIONALI**

- ▶ **COMUNICAZIONE VERSO
FINANZIATORI, FORNITORI,
DIPENDENTI**

▶ LA COMUNICAZIONE FINANZIARIA PER L'AZIENDA

▶ COME COMUNICARE CON I FINANZIATORI

▶ COME COMUNICARE CON I FORNITORI/CLIENTI

▶ COME COMUNICARE CON I DIPENDENTI

- **COMUNICARE CON FINANZIATORI**

-
- mantenere un rapporto tecnico e di comunicazione sui dati. Utilizzare **BILANCIO E BUDGET** come primo strumento di comunicazione,
 - stabilire le condizioni di **TASSO** adatte al rischio e al **RATING**
 - avere dati aggiornati sul Conto Economico mensili e comunicare i **TREND** (Andamenti)
 - Avere situazioni economico patrimoniali aggiornate trimestralmente e comunicare gli impatti finanziari sul cash flow
 - Costruire un **BUSINESS PLAN** credibile e ben documentato.

► COMUNICARE CON I FORNITORI E CLIENTI

- Stabilire rapporti contrattuali chiari dall'inizio sulle condizioni economiche (**PREZZI E SCONTI**)
- Fissare condizioni per i pagamenti da subito compatibili con il proprio **CICLO FINANZIARIO (ANALISI CCN)**
- **Modificare** le condizioni economiche o finanziarie al modificarsi di fattori esterni, possibilmente fissando incontri e comunicando le proprie ragioni
- **«Stressare»** le condizioni sempre nel rispetto di limiti di reciproca correttezza

► COMUNICARE CON I DIPENDENTI

- Rapporti contrattuali regolamentati da CCNL
- Comunicare obiettivi interni ed esterni
- Comunicare la **VISION** e la **MISSION** aziendale
- Rendere noti i dati di BILANCIO in quanto pubblici
- Utilizzare strumenti complementari come il **BILANCIO SOCIALE D'IMPRESA**
- Comunicare valorizzando **ASSETS** intangibili quali le **RISORSE UMANE**

COMUNICAZIONE&CONTROLLO CREATORI DI BUSINESS.....

«Il mio modello di business sono i Beatles. Erano quattro ragazzi che tenevano reciprocamente sotto controllo le proprie tendenze negative. Si bilanciavano tra loro. E il risultato era più grandioso della somma delle parti. Ecco questo per me è il business: le grandi cose nel business non vengono mai da una sola persona, ma da un team di persone».



**STEVE JOBS
(CEO&FOUNDER APPLE)**