

COMUNICATO STAMPA

A livello nazionale, 8 aziende su 10 muoiono entro i primi 5 anni

**FABBRICA PADOVA, CENTRO STUDI DI CONFAPI PADOVA,
LANCIA IL DECALOGO DA SEGUIRE PER NON FALLIRE,
ANCHE IN QUESTI DIFFICILI TEMPI DI CRISI**

Dal Centro studi di Confapi Padova un'utile guida per punti per creare una società sana e forte, evitando alcune cose nel momento in cui si decide di diventare un imprenditore

1. Un buon BUSINESS PLAN

Il business plan è un progetto dettagliato, che prende in esame tutte le aree di attività di un'impresa. E' una sorta di carta d'identità dell'azienda, attraverso la quale si mettono per iscritto tutte le componenti di un piano imprenditoriale: dall'analisi di mercato al progetto finanziario, dal marketing alla gestione delle risorse umane. Più è dettagliato, più agevola la possibilità di utilizzare la propria leva del debito con istituti o privati per chiedere fondi.

Preparare il business plan richiede tempo e dedizione. Non si tratta di una semplice descrizione dell'attività che si intende avviare, né di un promemoria sulle principali spese da sostenere e sui fornitori da contattare. Questo strumento getta le fondamenta della nuova impresa e le garantisce maggiori probabilità di sopravvivenza. Spesso l'imprenditore non sa cosa sia un conto economico ed uno stato patrimoniale, né sa creare un piano di marketing e questo è uno dei motivi del fallimento delle aziende.

2. Il controllo di gestione

La redazione del business plan non termina con l'inizio dell'attività imprenditoriale. E' necessario aggiornarlo e monitorarlo con regolarità al fine di avvicinarsi il più possibile allo stato reale dell'azienda. La realizzazione del business plan deve essere monitorata con accuratezza e periodicamente attraverso un controllo di gestione.

Il sistema di controllo di gestione è essenziale fin dalle prime fasi operative di una società per permettere all'imprenditore di conoscere lo stato di salute della sua società. Chi utilizza sistemi di gestione ha maggiore possibilità di accesso al credito, in quanto tali sistemi sono uno strumento che "piace molto" alle banche.

3. Nuove tecnologie: mai sottovalutarle (o non usarle correttamente)

Oggi ci sono ancora aziende che non hanno un sito internet e che non fanno marketing via web. Come possono creare, crescere e prosperare anche in altri mercati se non usano le tecnologie? A volte l'imprenditore è troppo concentrato a portare avanti il proprio business come ha sempre fatto e non si rende conto di quanto il mercato sia cambiato. Se non usa le tecnologie immediatamente, alla prima piccola crisi sarà spazzato via. I moderni social network sono diventati uno strumento di contatto, marketing e vendita imprescindibile.

4. Forza di vendita

Ci sono mercati in cui fino a poco tempo fa bastava esistere per ricevere ordini, perché si avevano dei vantaggi competitivi rispetto agli altri clienti o fornitori. Oggi non è più così: qualunque tipo di business ha bisogno di avere una rete di vendita diretta e indiretta. Un tempo bastava avere un bel negozio o una bella

esposizione per garantirsi la vendita di prodotti o servizi. Oggi il cliente si è evoluto: ricerca il prezzo, il servizio adeguato, la velocità di informazione ed è attento alla qualità di quello che riceve.

5. Trascurare i clienti acquisiti per focalizzarsi solo sui nuovi

Spesso i commerciali o le aziende si focalizzano sulla ricerca del nuovo cliente e poco sulla gestione del cliente già acquisito, dimenticandosi che le statistiche dicono che è 7 volte più costoso acquisire un nuovo cliente piuttosto che gestire i vecchi.

6. Joint venture

Oltre a fornitori e clienti è fondamentale cercare dei partner con cui condividere progetti e arrivare dove con le proprie forze non si arriva. Molti costi infatti possono essere abbattuti e in molti appalti vengono premiate le forme aggregative di impresa: ad esempio il contratto di rete.

7. Diversificare l'attività e i clienti

Il rischio di crollo del proprio settore di appartenenza o semplici momenti di crisi prolungati possono mettere in ginocchio un'azienda. Per questo è molto importante riuscire a diversificare sia i prodotti venduti che i clienti.

8. Formazione e informazione continua

L'aggiornamento sulle ultime tecnologie vuol dire stare al passo con i tempi. E' necessario formarsi su nuovi prodotti o servizi, nuove tipologie di finanziamenti e contributi che spesso non vengono adeguatamente sfruttati.

9. Internazionalizzazione

Le attività che oggi funzionano sono quelle che direttamente o indirettamente si affacciano sul mercato estero. A questo scopo, ricerche di mercato mirate possono aprire strade a nuovi clienti e fornitori.

10. Accesso al credito

E' vietato lavorare con una sola banca. Se è vero che avere più di un conto costa, è altrettanto vero che mettere in concorrenza gli istituti di credito ha una grande importanza. E' importante inoltre fare attenzione al rating. Inoltre sono ancora poco noti i Consorzi fidi che garantiscono parte del capitale richiesto alle banche facendo ottenere maggiore credito alle aziende, con un tasso praticamente dimezzato.