

Lo scenario

L'insoluto si genera in quelle aziende dove, il cliente che ha poca voglia o possibilità di pagare, trova già la strada spianata e l'attuale contesto economico ha portato molti clienti, prima puntuali pagatori, a decidere chi pagare e chi, invece, no.

Si stima che il 65% degli insoluti sia da addebitarsi a:

- Mancanza di pattuizioni precise all'atto dell'acquisto;
- Mancanza di documentazione a supporto della vendita (contratti, copie commissioni...);
- Addebito in fattura di spese non concordate (imballi, trasporti, spese incasso...);
- Lavori eseguiti parzialmente o da verificare o da collaudare;
- Accordi iniziali approssimativi sul prodotto o sul servizio;
- Accordi iniziali approssimativi sulle modalità di pagamento;
- Forniture incomplete;
- ... ed altro ancora.

Fattori di rischio

- Mancanza di una precisa e convinta CREDIT POLICY;
- Scarso utilizzo delle informazioni interne per valutare la clientela (vecchia e nuova);
- Scarsa efficienza nell'acquisire, interpretare ed utilizzare informazioni dall'esterno (ufficose e ufficiali);
- Scarsa integrazione (operativa e informativa) tra le diverse funzioni aziendali;
- Scarsa sensibilità a personalizzare la concessione di credito alla clientela;
- Decisioni sul credito provenienti dal titolare e raramente condivise con altri;
- Approccio commerciale approssimativo, orientato al VENDERE anziché all'INCASSARE;
- Mancata definizione di sistemi
 - premianti (per i clienti puntuali pagatori);
 - punitivi (per quelli che pagano male);
- Mancanza di una "cultura di prevenzione", da contrapporre ad una "attitudine alla reazione" (recupero crediti VS gestione preventiva).

studio maggiolo pedini associati
marketing strategy | management consultancy | learning in house

via Mons D. Comboni, 3 - Padova - 35136 - tel. 049.8900499
www.studiomaggiolo.it - info@studiomaggiolo.it

Coltiva il tuo business



Strategie e strumenti per prevenire gli insoluti

CREDIT AUDIT

Analisi multidisciplinare e interfunzionale della filiera
OFFERTA - INCASSO

studio maggiolo pedini associati

marketing strategy | management consultancy | learning in house



Cosa fare

- *Analisi delle dinamiche del processo, attraverso la mappatura dell'intera filiera OFFERTA - INCASSO, con evidenza dei punti critici e/o di debolezza cioè laddove il cliente può trovare "spunti" per contestare i pagamenti;*
- *Valutazione della complessità operativa di tutti gli attori coinvolti nel processo;*
- *Intervento multidisciplinare che comprende consulenza, formazione, informatica dedicata.*



Come fare

- *Interviste dirette agli attori coinvolti nel processo;*
- *Valutazione delle attuali procedure di CREDIT MANAGEMENT (ove presenti);*
- *Valutazione congruità, completezza ed efficacia della modulistica operativa in uso;*
- *Individuazione dei fabbisogni formativi e di rinforzo per tutti gli attori coinvolti nel processo;*
- *Erogazione di corsi di formazione dedicati al management, al personale amministrativo interno, alla forza vendita (interna e/o esterna).*

Informazioni ufficiali/ufficiose

- *informazioni interne*
- *banche dati*
- *referenze commerciali*
- *analisi dei bilanci*
- *analisi dei trend (commerciali e amministrativi)*

Credit management

- *valutazione rischio cliente*
- *approvazione ordini*
- *gestione fidi concessi*
- *coordinamento funzioni interne*
- *coordinamento recupero crediti*

Revisione sistemi incasso

- *sistemi di vendite a credito*
- *revisione garanzie cliente*

Trasferimento del rischio

- *assicurazione crediti*
- *factoring*
- *gestione crediti in out-sourcing*

Aree di analisi

Credit Policy

- *sistemi premianti*
- *sistemi sanzionatori*
- *formazione*
- *revisione procedure*

Procedure interne

- *commerciale*
- *assistenza tecnica e logistica*
- *amministrative e finanziarie*

Coordinamento informativo

- *scambio strutturato di informazioni interfunzionali*
- *aggiornamento periodico sistemi informatici*
- *sistema CRM integrato con altri sistemi informativi interni*

Manualistica e contrattualistica

- *moduli ordini interni*
- *copie commissioni*
- *fatturazione*
- *manutenzione e assistenza*
- *contratti fornitura e vendita*



Fasi operative

Definizione obiettivi dell'audit

Indagine preliminare

Organizzazione interviste

Analisi documenti e modulistica

Programma operativo

Rapporto finale audit contenente le conclusioni, le evidenze e le raccomandazioni