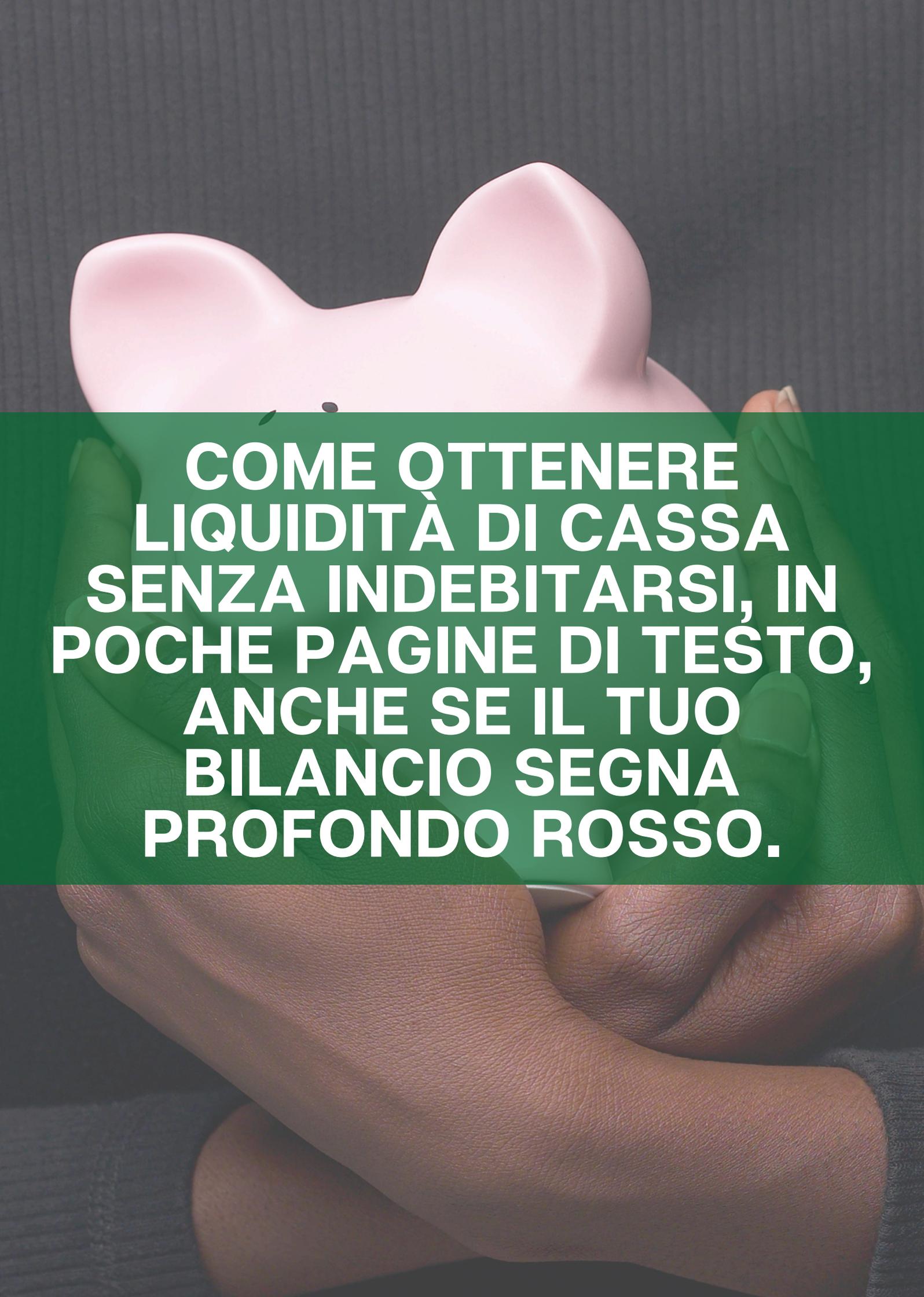


I 3 PASSI PER GENERARE PROFITTI

**COME OTTENERE LIQUIDITÀ DI CASSA SENZA
INDEBITARSI, IN POCHE PAGINE DI TESTO,
ANCHE SE IL TUO BILANCIO SEGNA
PROFONDO ROSSO.**

A close-up photograph of a hand holding a pink piggy bank. The piggy bank is the central focus, with its ears and snout visible. The hand is positioned behind it, with fingers gripping the sides. The background is a dark, textured surface, possibly a book cover or a wall. A semi-transparent green banner is overlaid across the middle of the image, containing white text.

**COME OTTENERE
LIQUIDITÀ DI CASSA
SENZA INDEBITARSI, IN
POCHE PAGINE DI TESTO,
ANCHE SE IL TUO
BILANCIO SEGNA
PROFONDO ROSSO.**

CONGRATULAZIONI!

Ti faccio i miei più sinceri complimenti per aver richiesto accesso al nostro Ebook: I 3 PASSI PER GENERARE PROFITTI.

Quello che scoprirai in questo semplice file è estremamente importante perché voglio renderti consapevole di quanto sia importante una corretta gestione dell'aspetto finanziario della Tua Azienda.

L'invito è di leggere i contenuti ed assorbire il “cambio di paradigma” nel gestire il proprio business, per renderlo sempre più Autonomo, LIBERO da debiti, finanziamenti e banche, con capacità di AUTOFINANZIARSI IL BISOGNO DI LIQUIDITÀ. Questo processo è stato fondamentale per i Nostri Clienti e lo sarà anche per Te!!

Grazie per la fiducia e buona lettura.

DAVIDE SORDI

Amministratore Delegato ImprendiClub Italia

PREMESSA

L'obiettivo di questo Ebook è rendere consapevoli gli imprenditori italiani di quanto sia importante una corretta gestione dell'aspetto finanziario dell'azienda.

Purtroppo non è possibile, se non con un intervento PERSONALIZZATO, toccare i tasti corretti di 5 milioni di partita iva.

Gli esempi che sono stati fatti sono esemplificativi, MA non si potranno MAI sostituire ad una consulenza personalizzata.

L'invito è di leggere i contenuti ed assorbire il “cambio di paradigma” nel gestire i propri business, per renderli sempre più Autonomi, LIBERI da debiti, finanziamenti e banche, con capacità di AUTOFINANZIARSI IL BISOGNO DI LIQUIDITÀ.

Ecco qual è la proposta di ImprendiClub Italia per il mondo dell'imprenditoria italiana.

Buona Lettura



Per non avere brutte sorprese a fine mese e per GUADAGNARE DAVVERO, OCCORRE COSTRUIRE IL **PIANO DI SPESE** della'Azienda.

Troppe aziende italiane purtroppo gestiscono i conti in modo “spannometrico”; inizia il periodo di gestione e si lasciano prendere dalla quotidianità senza controllare i conti, fare proiezioni sulle spese, gestire fatturati, incassi pagamenti e via dicendo.

Succede di arrivare a fine mese e rendersi conto che c'è il segno MENO.

A questo punto c'è poco da fare, inizia il nuovo mese, stesso atteggiamento, stessa strategia e...alla fine del mese il risultato rimane lo stesso: segno MENO.

E così **si va avanti per mesi, talvolta per anni, adottando il rimedio di indebitarsi con le banche, ritardare i pagamenti ai fornitori, aspettare, aspettare, aspettare...**

La soluzione è CAMBIARE LA STRATEGIA => Fare un bel piano spese previsionale di quanto serve all'azienda per “girare bene”, comprensivo di imprevisti (che possono sempre accadere), di “stipendio” titolare SOSTANZIOSO (minimo 5000€ al mese) e utile aziendale (perché un'Azienda che si rispetti deve sempre CREARE Ricchezza).

La somma di questo piano spese (BUDGET) sarà il **Nuovo Fatturato** da ottenere questo mese, se il budget è mensile, per il prossimo semestre, se il budget è semestrale, per il prossimo anno se il budget è annuale e così via...

Da qui si parte a lavorare, per OTTENERE questa cifra alla fine del mese, del semestre, dell'anno.

Ovvio che ci vogliono strategie di Marketing, Progetto di Vendita per Sviluppare i Clienti, insomma tutti argomenti che hanno a che fare con altri tipi di prodotti che stanno sul nostro e-commerce.

Intanto cominciamo dal Piano Spese e mettiamo su i numeri, poi passeremo a parlare del Marketing e del Progetto di Vendita.

PASSO 1 - IL PIANO SPESE

Il Piano Spese è un documento dove si segnano tutte le singole spese dell'Azienda, dividendole per tipologie di spese, ovvero...

I CENTRI DI COSTO

N.B.

Il Piano Spese NON è il Bilancio, non è il Conto Economico e nemmeno lo Stato Patrimoniale.

Questi sono documenti fiscali, che seguono una ripartizione fra costi e ricavi determinata appunto dalla normativa fiscale.

Il Piano Spese viene redatto esclusivamente a livello finanziario, andando a vedere quanti soldi escono realmente dall'azienda affinché possa funzionare correttamente (e di conseguenza quanto occorre realmente incassare per coprire tutte le spese, avere uno stipendio da imprenditore e fare utili veri = Soldi che rimangono sul conto corrente e/o nelle tasche)

Vediamo quali sono i centri di costo che bisogna tenere in considerazione per **GUADAGNARE COSTANTEMENTE**

- 1) COSTO DEL LAVORO
- 2) FORNITORI
- 3) TASSE
- 4) SPESE DI STRUTTURA
- 5) FORMAZIONE
- 6) MARKETING
- 7) GESTIONE INFORMATIZZATA DELL'AZIENDA

La somma di tutte queste spese determina il **PUNTO DI PAREGGIO**

Sapere qual è il PUNTO DI PAREGGIO dell'azienda è la base di partenza per:

- NON CREARE DEBITI
- COPRIRE TUTTE LE SPESE
- FARE UTILI

La prima cifra da inserire è lo Stipendio del Titolare

Molti imprenditori sono abituati ad essere “l'ultima ruota del carro” (prendono qualcosa per se' solo se avanzano...) oppure, al contrario, attingono alle finanze aziendali ogniqualvolta ne hanno bisogno, senza una programmazione.

Nessun delle due situazioni va bene.

Lo stipendio dell'Imprenditore è sacrosanto e va preso (possibilmente un Vero Stipendio da imprenditore, che tenga in considerazione non solo le ore di lavoro direttamente prestate in azienda, ma anche tutto il lavoro ed i pensieri che ci si porta a casa e la remunerazione del rischio d'impresa che si corre).

Allo stesso tempo, così come per le altre voci di spesa, anche questa uscita deve essere di importo certo e deve essere programmata.

Per comodità inseriamo lo stipendio dell'imprenditore all'interno del centro di costo riguardante il lavoro.

1/ COSTO DEL LAVORO

Sono tutti quei costi fissi e variabili che sono stati decisi a norma di legge e che riguardano il collaboratore:

- Stipendi
- Tredicesima
- Accantonamento TFR
- Incentivi/Bonus

2/ FORNITORI

In questo centro di costo vanno inserite tutte le spese che l'azienda sostiene per:

- le componenti fisiche che servono per la realizzazione dei prodotti/servizi (materie prime, semilavorati ecc)
- macchinari e attrezzature necessari per la produzione / erogazione
- servizi direttamente connessi alla produzione / erogazione

Quando & Come pagare i Fornitori?

Un'azienda che Guadagna paga con i soldi dei clienti, né con i propri né con i soldi della Banca.

I FORNITORI VANNO PAGATI SOLO DOPO AVER VENDUTO I PRODOTTI/SERVIZI = vanno comprati solo i prodotti per i quali quando scade il pagamento si è SICURI di aver già venduto.

E' importante ricordare che i fornitori hanno bisogno di vendere prodotti: se si è sempre stati regolari con i pagamenti, si può tranquillamente contrattare il pagamento di tutta la fattura a 60/90 giorni.

Se il fornitore fa storie, si può giocare sul fatto che si è sempre stati puntuali e che si potrebbe decidere di cambiare fornitore, sicuramente non diranno di no!

Inoltre...occorre **evitare rigorosamente le RIBA!**

La Ricevuta BANCARIA è un sistema di pagamento piuttosto diffuso che suddivide il totale di una fattura in rate, che generalmente vengono pagate la prima dopo 30 gg la seconda dopo 60 gg la terza dopo 90 gg.

Fin qui tutto chiaro: ho una fattura da pagare ad un fornitore da 900€ e la pago in 3 rate da 300€ l'una.

Quindi perchè RIBA no?

Perché con molta probabilità non si fa un ordine ogni 3 mesi, magari dopo un mese si fa un altro ordine, lo si ridivide per tre e quindi poi nello stesso mese si ha da pagare due rate e così via.

Così le RIBA si accumulano e alla fine non solo se ne paga una intera ma è anche più difficile da gestire a livello amministrativo avendo tutte queste fatture aperte.

Ancora: se si ha RIBA a scadenza unica 30 o 60 o 90 giorni e per qualche motivo non la si paga e torna insoluta, la FEDINA PENALE BANCARIA si sporca e

1/ si fa più fatica ad avere il FIDO sul c/c

2/ si fa più fatica ad ottenere finanziamenti

3/ appena ci si ritrova intorno allo ZERO, la banca chiama, tiene sotto controllo, sotto pressione

"Ma come, l'insoluto è stato a causa della Banca"

Purtroppo il sistema creditizio è SUPERSPIETATO e penalizza ugualmente.

Come gestire il magazzino?

E' importante ruotare velocemente il magazzino, evitare rimanenze, soprattutto a fine anno perché fanno reddito.

Meglio fare ordini piccoli e pagare qualche spesa di trasporto in più che ritrovarsi con un magazzino stracolmo.

Inoltre, a seconda del settore in cui si opera, le materie prime o i semilavorati possono essere soggetti a deterioramento ed avere delle date di scadenza a breve termine.

Verosimilmente qualcuno, leggendo la parte sui pagamenti e sul magazzino, potrebbe pensare che non è applicabile al suo caso specifico; ci è capitato nel 70% dei casi che le aziende da noi seguite ci abbiano detto così.

Abbiamo la prova provata che mettendo in pratica le regole da noi suggerite le cose sono andate esattamente nella direzione da noi prospettata.

3/ TASSE

In questo Centro di Costo si inseriscono tutte le uscite dell'azienda relative alle imposte.

Vediamo insieme quali sono:

IRPEF (per ditta individuale o società di persone)

E' l'imposta progressiva sul reddito complessivo; si paga a scaglioni.
Riguarda sia i collaboratori che il Titolare.

IRES (per società di capitali)

E' l'imposta sul reddito delle società.

IRAP

E' l'imposta regionale sulle attività produttive.
Riguarda solo il Titolare.

IVA

E' l'imposta sul valore aggiunto.
Grava sui consumi e non sulle persone.

INPS/INAIL

Sono i contributi destinati al finanziamento delle prestazioni previdenziali ed assistenziali (pensione e malattia).
Riguarda sia i collaboratori che il Titolare.

Quello che il Commercialista dovrebbe fare...

Il commercialista/consulente segue lo sviluppo economico dell'azienda svolgendo quindi un'attività di consulenza nella programmazione non solo economica ma anche di investimenti.

Questo a differenza del Contabile che si occupa di tenere la contabilità ed eventualmente della gestione delle buste paga.

In realtà troppo spesso il Commercialista offre un servizio da contabile. E l'Imprenditore ci rimette tanti tanti soldi, non è mai sereno, ha sempre brutte sorprese che lo aspettano dietro l'angolo.

Parliamo di come gestire il commercialista alla fine di questo e-book. Ora andiamo avanti con gli altri centri di costo.

4/ SPESE DI STRUTTURA

In questo centro di costo si inseriscono tutte le voci di spesa che riguardano appunto la struttura produttiva (a seconda del settore in cui si opera: officina, capannoni, uffici, punti vendita, locali e così via).

Si tratta per lo più di costi fissi, cioè spese che l'azienda sostiene a prescindere dai volumi di produzione.

Troviamo, quindi all'interno di questo centro di costo:

- affitti di locali e unità produttive
- mutui e finanziamenti per acquisto di locali/ unità produttive / attrezzature e macchinari per la produzione
- (ev) investimenti fatti per locali, uffici, unità produttive
- utenze
- commercialista & consulente del lavoro

5/ FORMAZIONE

La formazione aziendale si suddivide in:

- formazione tecnica (legata alla tipologia di settore nel quale si opera)
- formazione su aspetti legati alla gestione, al marketing, alla vendita, al team building, alla comunicazione

In questo centro di costo vanno considerate sia le spese dirette per corsi e consulenze sia quelle relative alle eventuali spese di trasferta (carburante, pernottamento, pasti ecc).

Spesso il budget è fortemente sbilanciato in favore della sola formazione tecnica, tralasciando in tutto o in parte gli altri argomenti.

Questo è un grave errore perché **nel mercato di oggi essere eccellenti a livello tecnico non basta per emergere, per battere la concorrenza e per garantire Veri Guadagni e una solidità aziendale che duri nel tempo.**

6/ MARKETING

Al giorno d'oggi è fondamentale destinare una cifra prestabilita, da monitorare costantemente, per tutto ciò che riguarda la comunicazione e le iniziative per attrarre Clienti Nuovi.

Questo centro di costo raggruppa tutte le spese legate a:

- grafica e realizzazione di iniziative di marketing offline
- organizzazione di eventi
- omaggi e gadget
- sito web
- Advertising su Facebook (e altri social) e su Google

7/ GESTIONE INFORMATIZZATA DELL'AZIENDA

Riguarda i software ed i programmi gestionali legati a:

- produzione/erogazione
- database clienti
- gestione del magazzino
- ev. supporto per creazione materiali per il marketing
- ev. altre esigenze specifiche

A questo punto le Spese Aziendali sembrerebbero esaurite.

Sembrerebbero, ma in realtà in fase di programmazione occorre tenere conto ancora di 3 voci:

- Imprevisti
- Accantonamenti
- Utili

Finora abbiamo coperto le spese, ed è il conto che verosimilmente molti imprenditori facevano prima di conoscere noi (il famoso *break event point*).

Ma se non iniziamo ad inserire “tra le spese” la Marginalità di Guadagno, non la contabilizzeremo mai nella costruzione del prezzo di vendita del nostro prodotto o servizio.

Ecco perché le 3 voci sopra, ovvero: imprevisti, accantonamenti e utili, è giusto che si sommino alle spese per **creare un TOTALONE sul quale andare a lavorare ogni mese per creare il corretto Prezzo di Vendita e conseguentemente la Ricchezza Aziendale.**

Ecco il cambio di paradigma del quale parlavamo nella premessa, all'inizio dell'e-book.

IMPREVISTI

Nell'esercizio della propria attività, quale essa sia, è abbastanza probabile che si possa incorrere in spese impreviste. Si può avere necessità di riparare un'attrezzatura che si rompe per esempio, oppure dover fare dei lavori di ripristino o messa a norma di locali in urgenza e così via.

Inserendo anche questa voce di spesa (ovviamente occorrerà fare una stima) si sarà al riparo dagli scherzi del destino.

E se non si presenterà nessun imprevisto, tanto meglio! Ci si ritroverà con un guadagno extra.

ACCANTONAMENTI

Questa voce di spesa rappresenta il **“salvadanaio”** dell'azienda.

Gli accantonamenti vanno fatti per le spese che non possono essere “spalmate” su base mensile e che sono di grossa entità (ad esempio le tasse) e in vista di investimenti importanti (ad esempio per una ristrutturazione o l'acquisto di nuove unità produttive/punti vendita).

UTILI

L'utile aziendale, per definizione, è la differenza fra i Ricavi (= l'Incasso) e i Costi dell'azienda.

Programmare un obiettivo di Utile ben preciso su base annua e/o mensile ed inserirlo nel Piano Spese fa sì che diventi parte integrante dell'Obiettivo Reale di Incasso.

Molte aziende, infatti, non fanno utili, semplicemente perché sono troppo concentrate sul semplice fare pari con le spese!

Una volta sommati tutti i Centri di Costo + Imprevisti + Accantonamenti + Utili si ottiene l'Obiettivo Reale di Incasso, su base annua e/o mensile.

PASSO 2 - M.G.R.

Margine Guadagno Reale

Una volta calcolato l'Obiettivo Reale di Incasso si può procedere a calcolare il Margine di Guadagno Reale.

Il Margine di Guadagno Reale è l'indicatore sul quale basare tutte le decisioni riguardanti l'azienda e la vendita dei prodotti/servizi per far sì da essere sicuro di Guadagnare.

Tiene infatti conto dei seguenti numeri:

- Obiettivo Reale di Incasso
- Giorni/ore di apertura dell'attività / produzione
- Numero di operatori direttamente produttivi

L'M.G.R. a seconda del tipo di attività, può essere calcolato su base giornaliera, oraria o addirittura al minuto.

Questo indicatore **è il faro guida**, sulla base del quale bisogna impostare:

- i tempi di lavorazione dei prodotti / erogazione del servizio
- il Listino Prezzi
- le iniziative di Marketing

Si tratta di un indicatore molto diverso da quelli che solitamente vengono proposti e che tengono conto solo delle spese vive oppure basati su calcoli di entrate e uscite a livello fiscale non finanziario.

Basandosi sul Margine di Guadagno Reale non solo si ha l'assoluta certezza di coprire tutte le spese, ma anche quella di avere uno stipendio da Imprenditore tutti i mesi, fare utili con la propria azienda, avere da parte dei "salvadanai": accantonamenti per spese future e per gli imprevisti (che poi...tanto imprevisti non sono!).

Insomma, basandosi sull'M.G.R. si ha la certezza di Guadagnare Davvero e Vivere serenamente, senza l'incubo di debiti con lo Stato o ancora peggio con le Banche.

Il Calcolo del Margine di Guadagno Reale, per ovvie ragioni, varia sensibilmente a seconda del settore in cui si opera, del prodotto che si produce o del servizio che si eroga.

PASSO 3 - M.I.A.

Massimo Incasso Aziendale

A volte ci si chiede a quale velocità massima può girare la propria azienda

= Qual è il Massimo Incasso che si può ottenere?

Non sto parlando delle stime del commercialista e nemmeno delle proiezioni relative al settore in cui si opera.

Sto parlando proprio della singola azienda e considerando le sue variabili produttive attuali.

Questo calcolo tiene conto di:

- 1.** Unità di Vendita Prodotti / Erogazione del Servizio
- 2.** Media Incasso da Prodotti Venduti / Servizi Erogati in ciascuna Unità
- 3.** Ore di apertura / effettivo contatto (potenziale) con il cliente su base giornaliera o settimanale
- 4.** Stima percentuale prudenziale per non considerare nel calcolo tempi dedicati ad attività non direttamente produttive

Ad esempio se si ha un ristorante:

1. = Tavoli disponibili
2. = Media Incasso per pasto di ogni tavolo
3. = Ore di apertura del ristorante
4. = Decurtiamo dalle ore di apertura i tempi dedicati alla preparazione della sala e alle pulizie finali di sala e cucina

Ad esempio se si produce qualcosa:

1. = Costo acquisto materia prima
2. = Persone implicate nei reparti, leasing, costi vivi e finanziamenti vari dei reparti coinvolti
3. = Ore turni produttivi
4. = Costi aziendali indiretti
5. = Delta marginalità progressive
6. = Obiettivo utile annuo, mensile, giornaliero al lordo e al netto delle imposte

Ad esempio se si è un commerciante:

1. = Prodotti disponibili
2. = Media Incasso per ogni prodotto venduto
3. = Ore di apertura dell'attività
4. = Decurtiamo dalle ore di apertura i tempi dedicati alla vendita e non dei prodotti

N.B: *Gli esempi appena sopra valgono sia nella costruzione del Margine di Contribuzione e nella creazione del Prezzo di Vendita che nella costruzione del Massimo Incasso Aziendale*

Il denaro che si possiede è strumento di libertà; quello che si insegue è strumento di schiavitù

JEAN JACQUES ROUSSEAU



IMPRESA DI
ITALIA
CLUB

La tua attività non sta girando come vorresti?

In questo Video esclusivo voglio spiegarti come operiamo, in che modo siamo diversi e consegnarti ed insegnarti ad utilizzare uno strumento fondamentale per la tua attività, senza il quale ogni giorno bruci tempo e denaro:

