



IMPATTO COVID. IL PASSO IN PIU'.

TRASFORMARE UNA GRANDE SFIDA
IN VERO CAMBIAMENTO PER CRESCERE.





IMPATTO COVID.

QUANTO DURERA' E CON QUALI CONSEGUENZE?

L'emergenza sanitaria COVID-19 ha rappresentato una discontinuità senza precedenti in termini economici, sociali e politici, a livello globale. Il duro impatto economico a seguito del lockdown è stato -ed ancora è- una sfida inedita per tutte le imprese. Ci aspetta una lenta ripresa economica, appesantita dall'incertezza sulle evoluzioni del virus e dallo spettro di nuove possibili restrizioni entro fine 2020.

K|VENTURE Impatto Covid. Il passo in più.





IL PASSO IN PIU'.

E' POSSIBILE TRASFORMARE QUESTA SFIDA
IN UN CONCRETO CAMBIAMENTO PER CRESCERE?

Il futuro è ancora molto incerto e fermi non si può restare.

Da questo dato di fatto, nasce il passo in più: dare inizio ad un cambiamento concreto e durevole, puntando non alla sopravvivenza ma alla crescita. Di seguito, tutte le manovre consigliate per affrontare il futuro, qualsiasi esso sia. E crescere.

LA PROBABILITA' DI UNA RIPRESA A 'U'...

Secondo Paul Doyle, Responsabile azionario per l'Europa di Columbia Threadneedle Investments con un'autorevole esperienza nell'analisi di scenari, al momento l'ipotesi più probabile è una ripresa dell'attività economica a forma di U, con le prime note positive non prima della fine del 2020. Tuttavia, ritiene altamente probabile una paralisi più prolungata dell'attività economica, ed una contrazione dell'economia che potrebbe protrarsi fino al 2022. Lo shock di domanda a seguito della riduzione consistente dei consumi, il calo degli investimenti e la scarsa fiducia nelle aspettative future, comporteranno una recessione e numerose conseguenze di lungo termine.

..E LA CERTEZZA DI UNA NUOVA ERA

Non potrà essere un ritorno al business pre-COVID: di sicuro, questa non sarà una semplice ripartenza ma l'inizio di una nuova era per il mercato. Le regole, ormai, sono definitivamente cambiate. Si aprirà un decennio di sostanziali anormalità, vivremo anni caratterizzati da rapidi cambiamenti nei valori della società e nei comportamenti di clienti e dipendenti. Dal punto di vista della domanda, avremo un susseguirsi di nuove impattanti richieste non trascurabili (ad esempio, la crescente domanda di politiche aziendali più responsabili). Questo potrebbe favorire il rapido insorgere di nuovi competitor ma anche notevoli opportunità di crescita, per accogliere il nuovo comportamento dei clienti.





NON
UNA SEMPLICE
(RI)PARTENZA
MA UN NUOVO
INIZIO.





LE AZIENDE NON DEVONO
RIPARTIRE DA DOVE SI SONO
FERMATE. LA RIPARTENZA È
UN'OPPORTUNITÀ PER CREARE
UN FUTURO MIGLIORE PER
DIPENDENTI E CLIENTI.



LA SUFFICIENZA: DESTREGGIARSI NELLE DIFFICOLTÀ IMMEDIATE

Finora, la priorità per le aziende è stata la gestione dell'immediato. Affrontare con urgenza la crisi di mercato e la lenta ripartenza. D'altronde, nell'emergenza, occorreva reagire in fretta e con forza per proteggere la continuità del business.

Per questo, molte aziende hanno cercato un rapido adattamento per tamponare le sfide finanziarie ed operative di queste fasi. Ma adesso, a distanza di mesi dalla riapertura, è possibile (e necessario) ampliare la veduta e l'orizzonte temporale, per gestire meglio gli scenari futuri.

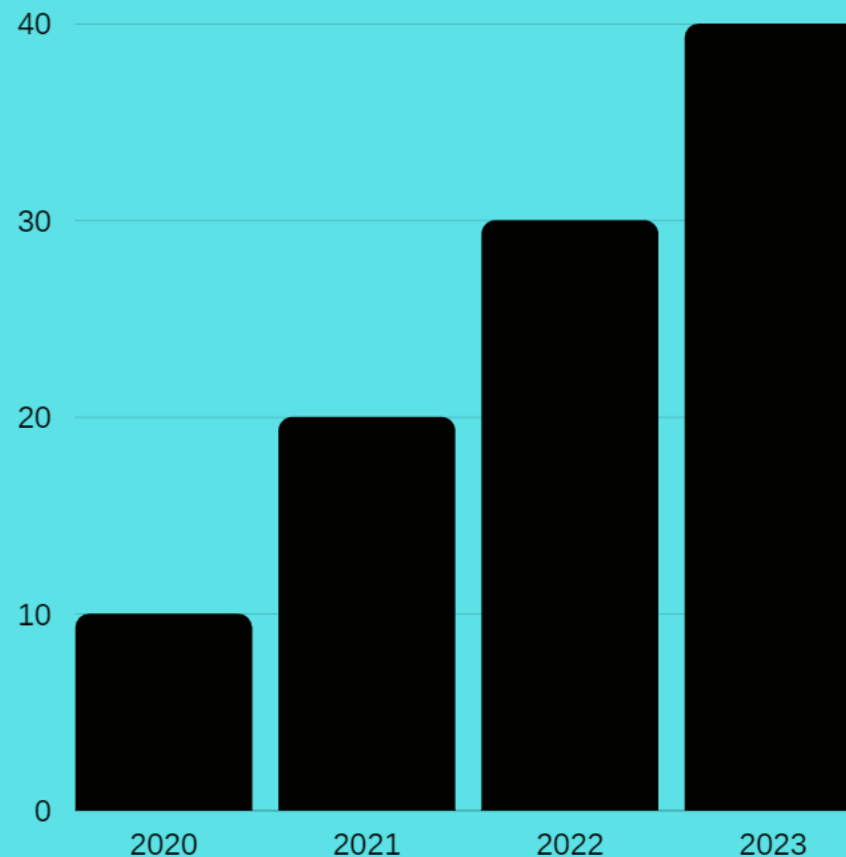
L'OTTIMO: COSTRUIRE UN FUTURO MIGLIORE

Adesso occorre lavorare su due livelli.

Migliorare l'ATTUALE: valutare tempestivamente ed attivare azioni ragionate, sia per la gestione della cassa e del circolante, sia per il contenimento dei costi per preservare i ricavi. Sviluppare il PREVISIONALE: è importante portare avanti una riflessione ampia, una lunga visione, sulla profondità della crisi e sui tempi della ripresa; occorre farsi trovare pronti a qualsiasi sviluppo (incluso un nuovo lockdown). Questo obbliga ad una accurata valutazione di tutti gli scenari possibili ed una adeguata selezione delle strategie per scenario.



**OCCORRE
CONSIDERARE
I PASSI INTRAPRESI
NELLA RIAPERTURA,
COME L'INIZIO DI UN
PERCORSO PIÙ LUNGO
DI PROFONDA
TRASFORMAZIONE.**



LINEA DI INTERVENTO

I suggerimenti operativi e le linee di intervento prioritarie per gestire i prossimi mesi e garantire la migliore continuità del business. Gli interventi sono suddivisi per aree di attività:



AREA
FINANZIARIA

AREA
ECONOMICO
COMMERCIALE

AREA
ORGANIZZATIVA



A large, stylized lightbulb icon in a light blue color, positioned on the left side of the slide. The bulb is partially cut off by the edge of the frame.

AREA FINANZIARIA

CASH FLOW E CAPITALE CIRCOLANTE NETTO



CASH FLOW - CASH CRISIS MANAGEMENT

La corretta gestione dei flussi di cassa è un punto fondamentale ed implica azioni chiave tassative all'interno di ogni organizzazione. Di seguito, una sintesi degli interventi immediati e consistenti, al fine di assicurare che la sufficienza finanziaria dell'azienda rimanga sostenibile adesso e in futuro.

1 Assicurarsi di avere la massima visibilità ed il massimo controllo dei flussi di cassa aziendali, avviando un'attività di predisposizione e monitoraggio costante del cash flow e della struttura finanziaria. Dati veloci, completi, significativi, di qualità. Sempre disponibili e sempre controllati.

2 Valutare la sufficienza finanziaria tramite la disponibilità dei flussi attesi e tramite un'analisi immediata delle opzioni di recupero attualmente disponibili, dando assoluta priorità ad iniziative che possono avere un riflesso immediato sul business.

3 Controllare in modo continuativo le differenti opzioni rese disponibili, tra governative e private, per gestire gli impegni e le scadenze finanziarie e commerciali di fine mese.

4 Sviluppare scenari di simulazione progressiva: è importante simulare il progressivo deterioramento della propria stabilità finanziaria, per la determinazione di soglie di emergenza e relative soluzioni di urgenza. Ricordarsi di assumere che le opzioni finanziarie sino a ieri disponibili, oggi e domani non lo siano più.

5 Preparare un report completo e puntuale, una documentazione chiara da presentare al sistema bancario, per accedere a richieste di finanziamento urgenti, o ad eventuali forme agevolate di finanziamento in tempi strettissimi, tramite canali tradizionali bancari o fondi di debito alternativi.



CAPITALE CIRCOLANTE NETTO – NWC IMPROVEMENT

La salvaguardia del CCN è la principale leva per assicurare la business continuity. Di seguito, gli imperativi da seguire, che passano attraverso una gestione ottimizzata di clienti e fornitori, un'accorta pianificazione del magazzino, stime puntuali dei fabbisogni... tenendo sempre saldi il monitoraggio serrato degli eventi ed una dettagliata simulazione di scenari.

1 Rivedere accuratamente la gestione del capitale circolante, le previsioni inventariali, le stime di fabbisogni e fornitura, per identificare precise aree di efficientamento con impatto immediato sulla cassa.

2 Focalizzarsi su incassi e recupero crediti, ma anche su differimento e riduzione dei pagamenti più significativi. Collaborare con fornitori, clienti e finanziatori per sciogliere il più possibile i vincoli di cassa: puntare su leve di incasso e sull'equilibrio tra liquidità e redditività (ad esempio: concordare per singola transazione uno sconto proporzionale ai giorni di anticipo concessi).

3 Verificare attentamente tutte la possibilità di soddisfare le richieste di estensione dei termini di pagamento da parte dei clienti, in situazioni di liquidità limitata.

4 Valutare la possibilità di limitare gli ordini di fornitura non essenziali e introdurre meccanismi preventivi di governo dello stock.

5 Attivarsi per il costante monitoraggio dei risultati: strutturare una solida base dati aggiornata per tenere sotto controllo la resa delle manovre operate. A partire dai dati, selezionare le migliori strategie mediante simulazioni di scenari alternativi, puntando ad identificare il migliore trade-off liquidità vs. marginalità.



AREA ECONOMICA

E POLITICHE COMMERCIALI



POLITICHE ECONOMICHE E COMMERCIALI

Rivedere la linea commerciale alla luce dei cambiamenti economici, è una delle basi per superare il momento. L'ottica migliore è sfruttare questo periodo per riconsiderare le strategie nel globale: analizzare ricavi/fatturato, indici e KPI, clienti e condizioni concesse, ma soprattutto creare nuove politiche commerciali più solide, atte a guardare avanti con lungimiranza.

1 Analizzare e considerare gli effetti (a livello macro) delle misure restrittive sulla propensione al consumo della clientela per progettare attività promozionali, al fine di sostenere il volume di ricavi/fatturato nei prossimi mesi.

2 Prendersi cura dei clienti: aggiornare e migliorare il processo di assistenza alla clientela, puntare sul Customer Service come asset fondamentale per promuovere la reputazione, la fiducia e la relazione coi clienti.

3 Monitorare indici e indicatori, e soprattutto stabilire i KPI da controllare, tenendo sempre in considerazione studi aggiornati e benchmark, e le specificità dell'azienda rispetto al settore in cui opera.

4 Svolgere un attento controllo delle condizioni commerciali concesse ai clienti, soprattutto quelli chiave, ma con l'obiettivo di migliorare la liquidità aziendale di giorno in giorno, avviando una tendenza di progressivo miglioramento del cash flow.

5 Definire specifiche politiche commerciali con una visione che vada oltre a questo periodo di transizione, fissando come obiettivo il raggiungimento degli equilibri economici aziendali nell'assoluto mantenimento della parità di valore per la clientela (almeno).



AREA ORGANIZZATIVA

ORGANIZZAZIONE, STRUMENTI, VISIONE



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

L'organizzazione aziendale è chiamata a supportare tutte le manovre economico-finanziarie descritte, dotandosi di tutto ciò che è strategico per preservare il funzionamento dell'impresa. Piccola, media o grande che sia la società, l'organizzazione più adeguata passa attraverso i giusti strumenti (solidi ma commisurati) e la giusta mentalità (focalizzata ma aperta) con cui si affronta ogni step.

1 Rafforzare i software di analisi dati e supporto alle decisioni, come aiuto per individuare soluzioni rapidamente applicabili dal punto di vista economico e finanziario, e le migliori strategie di sviluppo del mercato.

2 Spostare l'attenzione dai cruscotti al reporting previsionale. E' importante creare un report economico e patrimoniale che consenta di avere sotto controllo il quadro dei risultati preventivati. Il report deve mostrare anche la sostenibilità di iniziative e più simulazioni di scenari, per capire in modo semplice e veloce le conseguenze delle scelte. Il documento dovrà definire la migliore manovra finanziaria di breve periodo e le corrette azioni da intraprendere a livello economico per garantire la sostenibilità finanziaria nel M-L termine.

3 Effettuare valutazioni di impatto del rischio su diversi scenari preoccupanti, ipotizzando, ad esempio, uno stato di recessione protratto nel lungo periodo, oppure un ritorno momentaneo alla normalità ed un successivo periodo di crisi. Identificare in ogni scenario le più adeguate e tempestive azioni di risposta. Le azioni che mirano al miglioramento progressivo di solvibilità, migliorano il rating d'impresa.

4 Ristrutturare il debito a breve termine trasformandolo in accordi a lungo termine e variabilizzare i costi (ad esempio tramite l'utilizzo delle nuove tecnologie in SAAS, uso del Cloud ed proposte di outsourcing).

5 Adottare una cultura della trasformazione dei costi: creare una responsabilità sul controllo dei costi e una mentalità orientata alla continua valutazione dei costi. Comunicare con chiarezza in che modo le misure di riduzione dei costi andranno ad alimentare gli investimenti aziendali, creando beneficio per tutti.



“

NON UNA
(RI)PARTENZA
MA UNA
REINVENZIONE.



**SUPERARE L'INCERTEZZA,
PUNTANDO A COSTRUIRE UN
FUTURO MIGLIORE,
PERMETTERÀ, UN DOMANI,
DI CONSIDERARE QUESTA CRISI
COME UN INATTESO MOTORE DEL
CAMBIAMENTO PER LA CRESCITA.**



Ti serve aiuto?

Chiama

0587 482164



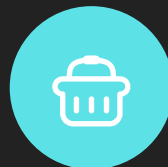
HELP DESK e CHAT

Restiamo a disposizione di tutte le aziende, con un punto di ascolto gratuito e sessioni di confronto finalizzate all'ottimizzazione delle aree più urgenti. Potrete accedere agli esperti K|VENTURE ed ottenere un report di diagnosi gratuito che evidenzia le priorità di intervento.

CONTATTACI! Ti risponderemo il prima possibile > marketing@kventure.it

Scrivi

marketing@kventure.it



CONSULENZA | SOFTWARE | FORMAZIONE

K|VENTURE. Da 40 anni, esperti in Controllo e Gestione. SUPPORTO IMMEDIATO per garantire continuità al business delle aziende: approccio, priorità, azioni. Percorsi di BREVE-MEDIO TERMINE (orizzonte 1/2 mesi) per lavorare su: Reportistica; Simulazioni e previsioni; Gestione del nuovo rischio. Percorsi di MEDIO-LUNGO TERMINE (orizzonte 6/12 mesi) per strutturare: analisi strategica, revenue strategy, soluzioni di controllo e pianificazione, piani di sviluppo accelerato.

Visita

www.kventure.it
www.selfplanning.it



Raggiungi

PISA | FIRENZE | MILANO



Rendiamo semplici situazioni complesse.

