

| AREA MARKETING | | SI | NO | ALTRO | PUNTI |
|--|---|----|----|-------|-------|
| 1 | Ho una strategia di marketing e un piano di acquisizione clienti per la mia attività | | | | |
| 2 | Esiste un Data Base dei clienti con i dati che li riguardano? (compresi i servizi già acquistati; i preventivi ecc) | | | | |
| 3 | Ho già dei punti di contatto digitali con i miei clienti | | | | |
| 4 | Ho un SITO per la tua attività | | | | |
| 5 | Utilizzo i Social Media per lavoro | | | | |
| | | | | | |
| AREA GESTIONE CLIENTI (Customer Relationship Management) | | | | | |
| 1 | Ho chiaro il target specifico di clienti a cui mi rivolgo | | | | |
| 2 | Scelgo i miei clienti: non accetto tutti. Valuto l'opportunità di accettare o meno un incarico | | | | |
| 3 | Per i clienti / pratiche viene effettuato periodicamente un monitoraggio della redditività (non solo del fatturato) | | | | |
| 4 | Ho modificato i prezzi dei miei servizi almeno una volta negli ultimi 5 anni | | | | |
| 5 | In fase di preventivo / consuntivo quando calcolo il prezzo oltre al "tempo" tengo sempre conto anche delle competenze specialistiche utilizzate | | | | |
| | | | | | |
| AREA COMUNICAZIONE | | | | | |
| 1a | Sono pre-stabilite modalità di comunicazione differenziate a seconda del tipo di comunicazione da dare ai clienti? | | | | |
| 1b | [Per gli Studi] - Sono pre-stabilite e condivise tra tutti delle modalità di comunicazione differenziate a seconda del tipo di comunicazione da dare ai clienti? | | | | |
| 2 | i clienti sono informati delle modalità di comunicazione che lo Studio adotterà nelle diverse fasi della pratica? | | | | |
| 3 | Le riunioni / incontri sono sempre pianificate con un orario di inizio ed uno di fine? | | | | |
| 4 | Per le riunioni/ incontri con i clienti / partner vengono utilizzate anche modalità di video conferenza? | | | | |
| 5 | Viene fatto un utilizzo calibrato di messaggistica (SMS e whatsapp) nello scambio di informazioni con i clienti e/o collaboratori? | | | | |
| | | | | | |
| AREA GESTIONE FATTURAZIONE | | | | | |
| 1 | Viene sempre fatto sottoscrivere un preventivo al cliente prima di dare corso alle | | | | |
| 2 | Il preventivo descrive in modo esplicito quali attività/servizi sono compresi e quali sono escluse dal preventivo stesso? | | | | |
| 3 | Per ogni pratica / cliente viene tracciato / registrato in qualche modo il tempo di lavoro? (PER GLI STUDI: la domanda riguarda tutte le persone che lavorano sulla stessa | | | | |
| 4 | Esiste uno scadenziario della fatturazione che riepiloga mese per mese quali sono le fatture in emissione/scadenza? | | | | |
| 5 | Viene effettuato un monitoraggio mensile degli incassi? | | | | |
| | | | | | |

PUNTEGGIO COMPLESSIVO
REDDITIVITA'

| PUNTEGGIO COMPLESSIVO REDDITIVITA' | |
|------------------------------------|---|
| 4-8 | è opportuno fare una seria riflessione sugli ambiti da cui iniziare a migliorare la redditività |
| 9-10 | dovresti potenziare le aree che ancora non raggiungono il punteggio mediano (partendo da quelle che hanno un punteggio pari a 2): portandole al livello di adeguatezza potresti ottenere già un impatto tangibile |
| 11-13 | complessivamente hai attuato iniziative che ti consentono di raggiungere una media redditività: agendo su alcune aree potresti guadagnare di più |
| 14-15 | nell'insieme le iniziative attuate ti garantiscono una redditività più che adeguata. Potresti far crescere il tuo business consolidando le aree meno complete. |
| 16-20 | hai implementato tutto ciò che serve per garantirti una buona redditività: complimenti! |

NOTA

Per ciascuna area tematica

Il **punteggio di 3** è considerato mediamente adeguato

I punteggi **inferiori a 3** indicano un'area che va necessariamente migliorata

I punteggi **superiori a 3** indicano un'area che – se migliorata ulteriormente- porterebbe maggiori risultati

