

10 validi consigli per incrementare il business anche in periodo di crisi

Le piccole e medie imprese devono considerare alcuni fattori chiave per mantenere la giusta rotta verso il successo, in un periodo burrascoso per l'economia: tenere d'occhio il proprio core business, contare su una buona liquidità a portata di mano, ridurre i costi, aumentare l'efficienza e migliorare le relazioni con clienti e fornitori.

In realtà, è importante non rimanere in retroguardia ad aspettare il peggio. I periodi di crisi possono offrire nuove opportunità di crescita: continuare ad investire anche in questi frangenti costituisce un modo intelligente per reagire.

Ogni azienda, in tempo di crisi, si pone l'obiettivo di essere più efficiente e conveniente per i propri clienti. Una strategia di nuove risorse e opportunità di crescita, attuata in un momento come questo, porterà l'azienda in posizione privilegiata alla ripresa dell'economia. Il risultato? L'aumento di quote di mercato rispetto alla concorrenza più cauta.

Ecco 10 consigli utili non solo a sopravvivere, ma a far prosperare un'azienda in un periodo di crisi:

1. **Tenere d'occhio il flusso di cassa.** Fondamentale per la redditività dell'azienda. Una contabilità su base mensile assicura che le spese siano sempre in linea con gli incassi. Se il flusso di cassa è sotto controllo, è anche più facile investire il denaro in più (alcune indicazioni alla voce investimenti, nei punti successivi).
2. **Rinegoziare i contratti con i fornitori.** La riduzione dei costi dei fornitori permette numerosi vantaggi nel tempo ed è ottenibile in diversi modi. Nel caso di problemi di liquidità, è possibile prolungare i termini di pagamento, per evitare di ricorrere a prestiti per pagare i fornitori. Se invece la liquidità è disponibile, si può negoziare uno sconto e pagare a breve termine. Può essere vantaggioso anche rinegoziare i mutui con le banche o gli affitti di sedi e uffici.
3. **Valutare attentamente le risorse umane necessarie.** La riduzione del personale in esubero, una scelta spesso spiacevole, può costituire un fattore di risparmio nell'immediato. I tagli del personale però possono diminuire la qualità del servizio fornito ai clienti. Ricorrere a personale qualificato in outsourcing, a seconda delle necessità e delle funzioni aziendali, è una procedura vantaggiosa.
4. **Aumentare il numero di fornitori.** Se l'economia rallenta, è bene affidarsi a più fornitori per evitare problemi in caso di fallimento di uno di questi.
5. **Focalizzare l'attenzione sulla base clienti esistente.** Massima priorità ai clienti consolidati: trovare nuovi clienti è più dispendioso che fidelizzare i vecchi e aumentare il business. Inoltre, uno studio sui loro comportamenti d'acquisto può essere d'aiuto per raffinare le offerte commerciali, aumentando la fiducia del cliente e la sua disponibilità all'acquisto.
6. **Costruire rapporti di fiducia con fornitori, clienti e creditori.** Le buone relazioni migliorano la capacità di negoziare termini più favorevoli con fornitori o creditori, e consolidano i rapporti anche in previsione di tempi più proficui.

7. **Comunicare con i dipendenti e chiedere il loro supporto.** Condividere con il personale le difficoltà dell'azienda può focalizzare gli sforzi di tutti verso obiettivi comuni e contribuire all'identificazione di dove e come ridurre i costi. La trasparenza ripaga, dal momento che il contributo di dipendenti, fornitori, consulenti e clienti è decisivo nelle situazioni di crisi.
8. **Aumentare gli investimenti nel marketing e nella pubblicità.** Sembra incredibile, ma questo è il momento peggiore per tagliare le spese in pubblicità e marketing. Può essere sicuramente prudente riallocare le spese in settori strategici per l'azienda, ma pubblicizzare il brand e creare domanda di mercato per prodotti e servizi è una ulteriore opportunità in periodi di crisi, che permette anche di sfruttare spazi di comunicazione pubblicitaria lasciati liberi dalla concorrenza.
9. **Investire in tecnologie innovative per ridurre i costi e aumentare la competitività.** Gli investimenti in tecnologie innovative aiutano le imprese a lavorare con maggiore efficienza, a ridurre i costi, a migliorare la soddisfazione dei clienti e a essere più competitivi, soprattutto se si tratta di tecnologie che consentono la collaborazione efficace e immediata fra dipendenti, partner, fornitori e clienti.
10. **Investire, ora.** Investire durante un periodo di recessione può sembrare una mossa economicamente sbagliata, ma in verità è ciò che fanno le aziende più intelligenti. Chi investe nel proprio core business, per esempio, assumendo altro personale o migliorando le tecnologie di un settore fondamentale, molto probabilmente si troverà ad espandersi, al contrario della concorrenza. Le imprese possono così assicurarsi la pole position attraverso investimenti in iniziative volte a rafforzare la produttività e la redditività, per ripartire a tutta velocità alla ripresa del mercato.



Headquarters
Cisco Systems, Inc.
170 West Tasman Drive
San Jose, CA 95134-1706
USA
www.cisco.com
Tel.: 001 408 526-4000

Sede italiana
Cisco Systems Italy
Via Torri Bianche, 8
20059 Vimercate (MI)
www.cisco.com/it
Numero verde: 800 782648
Fax: 039 6295299

Filiale di Roma
Cisco Systems Italy
Via del Serafico, 200
00142 Roma
Numero verde: 800 782648
Fax: 06 51645001

Le filiali Cisco nel mondo sono oltre 200. Gli indirizzi, i numeri di telefono e di fax sono disponibili sul sito Cisco all'indirizzo: www.cisco.com/go/offices.

© Giugno 2009 Cisco Systems, Inc. Tutti i diritti riservati. Il logo Cisco e Welcome to the Human Network sono marchi registrati di Cisco Systems, Inc.; Changing the Way We Work, Live, Play, and Learn è un service mark di Cisco Systems, Inc. e Access Registrar, Aironet, Catalyst, CCDA, CCIE, CCIP, CCNA, CCNP, CCSP, Cisco, il logo Cisco Certified Internetwork Expert, Cisco IOS, Cisco Press, Cisco Systems, Cisco Systems Capital, il logo Cisco Systems, Cisco Uni Enterprise/Solver, EtherChannel, EtherFast, EtherSwitch, Fast Step, Follow Me Browsing, FormShare, GigaDrive, HomeLink, Internet Quotient, IOS, iPhone, IP/TV, iQ Expertise, il logo iQ, iQ Net Readiness Scorecard, iQuick Study, LightStream, Linksys, MeetingPlace, MGX, Networkers, Networking Academy, Network Registrar, PIX, ProConnect, ScriptShare, SMARTnet, StackWise, The Fastest Way to Increase Your Internet Quotient, e TransPath sono marchi registrati di Cisco Systems, Inc. e/o di società partner negli Stati Uniti e in determinati altri paesi.

Tutti gli altri marchi o marchi registrati in questo documento o sul sito Web sono proprietà delle rispettive aziende. L'utilizzo della parola partner non implica una relazione di partnership tra Cisco e qualsiasi altra azienda.