

PMI, 6 consigli pratici per pianificare la ripartenza in periodo di crisi

Pubblicato: Mercoledì 13 Maggio 2020



L'emergenza sanitaria, oltre a compromettere la salute di tantissime persone, ha danneggiato notevolmente l'economia del Paese. Ci vorranno mesi, se non anni, per quantificare i danni e le perdite su tutto il territorio nazionale. E le regioni del Nord, dove si registra una maggiore incidenza sul PIL, non fanno eccezione, anzi. Tante piccole e medie imprese si sono trovate di fronte a una situazione critica, che le ha costrette prima a chiudere i battenti, poi a dover studiare appositi piani operativi per far ripartire le attività, nei modi e nei termini previsti dai decreti governativi.

Ecco allora alcuni consigli pratici per riorganizzare l'attività di una piccola-media impresa, per riproporsi sul mercato in modo flessibile, sostenibile e consapevole.

1. **Tutelare la liquidità nel breve periodo**

La prima cosa da fare è individuare i rischi principali che l'azienda si trova ad affrontare in un mercato certamente cambiato rispetto a pochi mesi fa, e questo presuppone una valutazione oggettiva circa la liquidità dell'impresa. Il monitoraggio del flusso di cassa nel breve-medio periodo rappresenta un'attività preziosa, perché permette di prevenire situazioni critiche che possono mettere in difficoltà l'azienda nei rapporti con dipendenti e fornitori.

Tramite un'analisi accurata è possibile prevedere entrate e uscite dei mesi successivi, così da prendere le opportune contromisure nel caso in cui i segnali fossero poco incoraggianti. Alcune best practice per

tutelare la liquidità: concordare con i fornitori pagamenti dilazionati (ad esempio a 90 giorni dall'emissione della fattura, invece dei canonici 30), ricorrere a strumenti di incasso del credito presso le banche, sfruttare le rateizzazioni fiscali e prestiti garantiti dallo Stato ed eliminare, almeno per il momento, le spese superflue.

2. Ascoltare le esigenze dei dipendenti

La ripresa delle attività operative può rappresentare anche per i dipendenti dell'azienda un momento delicato. A questo proposito è utile coinvolgerli e ascoltare le opinioni di tutti, condividendo per quanto possibile le modalità di rientro e le azioni da attuare, per superare la situazione di emergenza e preservare, al tempo stesso, l'armonia dell'ambiente lavorativo. Il consiglio è di andare incontro alle esigenze del personale, ad esempio prolungando il periodo di telelavoro o smart working per esigenze familiari particolari. Mai come in questo momento occorre empatia e capacità di ascolto verso i propri dipendenti.

3. Riallacciare i rapporti coi clienti

Anche i clienti si aspettano alcune comunicazioni importanti da parte dell'azienda. Ad esempio, va notificata la ripresa delle attività che erano state sospese e le nuove modalità operative, così da concordare come riprendere in mano i progetti rimasti in sospenso; o ancora, è bene comunicare tutte le misure precauzionali messe in atto per mettere in sicurezza punti vendita e spazi aziendali aperti ai clienti o potenziali tali. Anche in questo caso, può rivelarsi prezioso recepire e valutare con molta attenzione eventuali segnalazioni, richieste o suggerimenti commerciali del pubblico: possono arrivare spunti interessanti, utili anche per fidelizzare i clienti e farli sentire parte integrante della "famiglia" aziendale.

4. Definire nuove strategie commerciali

Le strategie commerciali tradizionali vanno riviste e adattate al momento che stiamo vivendo. Una buona idea è studiare promozioni e sconti dedicati, utili per far sentire ai clienti la vicinanza dell'azienda e, al tempo stesso, tenere alte le vendite. Meglio vendere prodotti o offrire servizi ad un prezzo inferiore che non vendere nulla. Così come l'organizzazione operativa, anche l'offerta commerciale, ove possibile, deve adeguarsi al momento, per assorbire l'urto e consentire sostenibilità nel medio periodo.

5. Ottimizzare gli spazi e la logistica

Molte realtà dovranno rivedere strategie logistiche che riguardano direttamente magazzini, depositi, capannoni e tutti gli altri spazi di lavoro destinati alle attività di stoccaggio e movimentazione delle merci. Per far fronte ad un calo delle vendite dell'ultimo periodo, per gestire un avanzo di merce invenduta, oppure per aumentare la disponibilità del magazzino in vista del lancio delle vendite online: per esigenze anche molto diverse tra loro, può essere necessario ottimizzare gli spazi, trovandone di nuovi per "affiancare" il magazzino aziendale, o ridimensionando quelli esistenti, con soluzioni più flessibili, temporanee ed economiche. In Lombardia, per necessità di questo tipo, è possibile prendere un **magazzino in affitto a Varese, Milano, Bergamo o Brescia** con l'Hotel delle Cose *Casaforte*, un network di self storage che vanta 20 strutture in tutta Italia. I prezzi sono calcolati su misura, in base allo spazio necessario e alla durata dell'affitto: una soluzione flessibile ed economica per gestire senza vincoli particolari qualsiasi esigenza di spazio.

6. Ri-organizzare l'operatività in modo elastico

In generale, durante questa crisi, bisogna ripensare i modelli operativi di sempre. Come? Riprendendo in mano la situazione come se l'azienda fosse una start up appena nata e approcciandosi all'organizzazione quotidiana delle attività giorno dopo giorno, senza fare piani a lungo termine e senza

rimandare decisioni importanti a “dopo l’emergenza”, perché non sempre è possibile attendere mesi.

Conclusioni

Le difficoltà sono molte, ma un’attenta pianificazione e il supporto dei propri collaboratori permetterà di superare con successo anche i momenti più difficili. Tutti i consigli qui elencati non rappresentano sicuramente una panacea contro tutti i problemi, bensì un mix di suggerimenti che possono aiutare una piccola impresa familiare ad affrontare la situazione con maggiore consapevolezza e lungimiranza, in modo da ridare slancio all’attività, consolidandola nel tempo per riproporla più forte di prima.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it