E ORA…

TEMPO DI BILANCI!

BILANCIO 2022

Il bilancio di un anno di attività è LA VERIFICA E VALUTAZIONE del raggiungimento di obiettivi prefissati ed è costituito da

DATI QUANTITATIVI
+
DATI QUALITATIVI

Il bilancio di un'azienda è sempre un report che contiene i numeri dell'azienda e la loro valutazione / spiegazione

DATI QUANTITATIVI

- **I dati quantitativi sono i NUMERI OGGETTIVI dell'attività**
- **I numeri sono un indice fondamentale per verificare e indirizzare l'azienda**
- ***I numeri però vanno comunque «CONTESTUALIZZATI» per dare loro IL VERO SIGNIFICATO: per questo ci serviranno anche i dati QUALITATIVI***

DATI QUANTITATIVI

Area Finanziaria:

- Stipendio Titolare
- Utile
- Aumento incasso rispetto anno precedente (%)
- Copertura Spese correnti
- Rientro (totale o parziale) di debiti o fido
- Ripartizione incasso tra servizi/trattamenti/autocura

DATI QUANTITATIVI

Per CONTESTUALIZZARE i dati relativi all'area finanziaria occorre recuperare i seguenti dati:

- Imprevisti occorsi durante l'anno (esempi)
1. Sostituzione di operatrice per malattia/ gravidanza/ infortunio
2. Sostituzione/riparazione di guasti (tecnologia)
3. Perdita/inserimento di un collaboratore

- MESI TOP E MESI FLOP
Cosa è successo in quei mesi?

DATI QUANTITATIVI

Area Marketing

- Quanti clienti nuovi nel 2022?
- Da dove sono arrivati? (FB, instagram, Partnership, passaparola, web…)
- Quanti clienti «persi»? (che non vengono da almeno 3 mesi)
- Quante partnership attivate? Quanti arrivati e fidelizzati?
- Quanti passaparola dati? Quanti arrivati e fidelizzati?
- E' stato creato un profilo social/sito/blog che prima non c'era?
- Quanti clienti recuperati e come?(campagna di recupero, telefonata, ecc…)

DATI QUANTITATIVI

Area Tecnica

- Quanti protocolli nuovi sono stati inseriti?
- Ci sono state variazioni al listino ?
- Sono stati fatti investimenti tecnici? (es acquisto/noleggio tecnologia)
- Servizi aggiunti di Customer Experience (CX)

Area Vendita

- Quante clienti sono state sviluppate ?
- Quante rimaste fidelizzate?
- Quante quelle che non avevano mai fatto niente oltre i servizi?

DATI QUANTITATIVI

Area Team

- Il numero di operatori è variato? Di quanto?
- Quale incasso generato dai singoli operatori? (vendita e attività)
- Quanti nuovi protocolli sono stati appresi dai singoli operatori ?

Altri Dati:

- Variazioni di giorni e ore di apertura
- Ferie del titolare e del personale

DATI QUALITATIVI

AREE	Su Cosa e Perché SODDISFATTA	Su Cosa e Perché NON soddisfatta
Area Finanziaria		
Area Marketing		
Area Vendita		
Area Tecnica		
Area Team		
Altro		

DATI QUALITATIVI

AREE	Punto di FORZA e Perchè	Punto di DEBOLEZZA e Perchè
Area Finanziaria		
Area Marketing		
Area Vendita		
Area Tecnica		
Area Team		
Altro		

OBIETTIVI 2023

- **Dalla analisi del Bilancio 2022 possiamo trarre spunto per individuare gli obiettivi del 2023.**
- **Prima di tutto gli obiettivi vanno scritti nel modo linguisticamente corretto in modo che diventino realizzabili.**
- **Un obiettivo deve essere scritto in questo modo:**
  - ✓ **Affermativo**
  - ✓ **In prima persona**
  - ✓ **Al tempo presente**
  - ✓ **Sensoriale**
  - ✓ **Coinciso**
  - ✓ **Scritto come si direbbe a voce**

OBIETTIVI 2019

E deve avere le seguenti caratteristiche:

- ✓ **Specifico** (non generico)
- ✓ **Misurabile** (verificabile concretamente)
- ✓ **Attraente/Ambizioso** (deve appassionarti ed emozionarti)
- ✓ **Realizzabile/Responsabilizzante/Ragguardevole** (devi percepire di poterlo raggiungere con un impegno, non troppo distante da te, ma nemmeno troppo vicino)
- ✓ **Temporizzato** (datti un tempo preciso per realizzarlo)

Quindi:

«voglio più clienti» ***NO!***
«Ricevo 8 clienti nuovi al mese e sono felicissima» SI !!

OBIETTIVI 2019

MA un obiettivo senza le STRATEGIE E LE AZIONI CONCRETE non si realizza da solo!

➢ **Le STRATEGIE sono le strade che percorri per arrivare all'obiettivo (indicane 3 per OGNI OBIETTIVO)**

Es: Obiettivo – *«8 clienti Nuovi al mese»*

STRATEGIE:
- ❑ **Pubblicare costantemente su FB e Instagram 2 gg a settimana**
- ❑ **Fare 2 passaparola al mese**
- ❑ **Fare 1 partnership al mese**

➢ **Una volta scritte mettile in ordine CRONOLOGICO (cosa fai per prima e quale dopo)**

OBIETTIVI 2019

Le strategie NON SONO TROPPO SPECIFICHE altrimenti diventano AZIONI.

- **Le AZIONI SONO LE COSE CONCRETE CHE FAI**

Devono avere 1 tra queste 3 caratteristiche:
- ✓ **UTILI (razionali – sai che servono)**
- ✓ **PIACEVOLI (emozionali – ti piace farle)**
- ✓ **MOBILITANTI (naturali o istintive – le fai senza fatica)**

ES: Strategia «scrivere costantemente su FB e Istagram»:

1. Dedico 1 ora alla settimana a scrivere 1 post (utile)
2. Incarico un operatore di fare almeno 2 foto a settimana del centro o delle clienti (piacevole)
3. Pubblico ogni martedì e venerdì della settimana (mobilitante)

1) SCRIVI GLI OBIETTIVI

2) SCRIVI 3 STRATEGIE PER OGNI OBIETTIVO

3) SCRIVI 3 AZIONI PER OGNI STRATEGIA…