



**COMMISSIONE ORGANIZZAZIONE STUDI
E DEONTOLOGIA PROFESSIONALE**

Lo Studio Competitivo

*Percorso breve di managerializzazione dell'attività
professionale a cura del dott. Michele D'Agnolo*

Ciclo di 4 incontri di mezza giornata frequentabili anche
singolarmente presso il Palazzo delle Professioni – Sala Teatro

Via Pugliesi n. 26 Prato

1° incontro: 4 ottobre 2016 ore 14,00-18,00

La funzione e gli strumenti dell'office manager

Obiettivi: i professionisti hanno tradizionalmente creduto che un gruppo di dimensioni medio-alte potesse autogestirsi. In realtà in tutti i consessi e in tutti i contesti è naturale che all'aumentare delle dimensioni corrisponda la designazione di uno o più soggetti con funzioni di indirizzo e coordinamento.

Gestire un gruppo di professionisti e di collaboratori o dipendenti è particolarmente difficile a causa della scarsa percezione del rapporto gerarchico, della caratterialità, dello scetticismo e dell'autonomia che li caratterizzano. I professionisti sono generalmente riluttanti nel gestire perché non sono preparati all'attività di management e perché li distoglie dalle attività tecnico-professionali.

È oggi indispensabile munirsi degli strumenti e delle tecniche per gestire un gruppo professionale, anche in funzione della prevista concentrazione degli studi in strutture di più ampia dimensione.

Argomenti:

- Il professionista: manager riluttante in un covo di anarchici
- L'office manager come capo della produzione: la misurazione, la pianificazione, l'assegnazione e il monitoraggio delle scadenze e dei carichi di lavoro
- L'office manager come responsabile delle risorse umane: selezionare, motivare, dare obiettivi, aiutare, correggere, valutare, premiare e rimproverare

Relatore: Dott. D'Agnolo, docente di Management dei Servizi e della Consulenza presso l'Università di Trento

2° incontro: 13 ottobre 2016 ore 14,00-18,00

Conoscere il cliente e sviluppare il business dello studio professionale

Obiettivi: il contesto di mercato nel quale i professionisti si trovano ad operare è sempre più competitivo ed in continuo mutamento. In questo quadro è indispensabile per ogni studio professionale interrogarsi sul proprio posizionamento nel mercato e adottare una comunicazione più consapevole, proattiva e strutturata per mantenere e incrementare i rapporti con la clientela. È necessario investire e lavorare per differenziarsi dai competitor partendo dalla riscoperta dei bisogni dei clienti, anch'essi profondamente mutati. Il seminario ha lo scopo di introdurre i principali concetti e tecniche di marketing e comunicazione delle prestazioni professionali.

Argomenti:

- La scienza di servire il cliente
- La compatibilità deontologica delle attività di marketing
- I tratti distintivi dei servizi e delle prestazioni professionali
- Come porre il cliente al centro
- Il processo di pianificazione di marketing dello studio
- La relazione one to one con il cliente
- Lo sviluppo dell'attività con i clienti
- Lo sviluppo di nuovi servizi professionali e il restyling delle prestazioni tradizionali
- La differenziazione

Relatore: Anna Lisa Copetto, Consulente agli Studi Professionali

3° incontro: 8 novembre 2016 ore 14,00-18,00

Comprare, vendere o associarsi? Fusioni e acquisizioni di studi professionali

Obiettivi: Gli studi professionali italiani sono caratterizzati dalla ridotta dimensione. Tuttavia, a causa della notevole maturità del mercato si assiste sempre più spesso ad acquisizioni e a fusioni, volte a ricercare economie dimensionali. Non sempre queste operazioni straordinarie vanno a buon fine, spesso perché è mancata la verifica delle condizioni di compatibilità tra i soggetti o di fattibilità del progetto economico sotteso.

Altre volte si è sottovalutato il lavoro di amalgama che è necessario svolgere per arrivare ad una autentica integrazione tra le strutture fuse o acquisite.

Il seminario ha lo scopo di rendere il professionista più consapevole rispetto alle dinamiche economiche e psicologiche delle operazioni straordinarie degli studi professionali.

Argomenti:

- Le economie e le diseconomie della dimensione
- I fattori di successo e di insuccesso
- La selezione dei soggetti
- L'iter di una operazione straordinaria tra studi
- Il difficile lavoro successivo di integrazione

Relatore: Dott. D'Agnolo, docente di Management dei Servizi e della Consulenza presso l'Università di Trento

4° incontro: 15 novembre 2016 ore 14,00-18,00

Misurare lo studio professionale per cambiarlo

Obiettivi: il professionista ha spesso una conoscenza epidermica dell'economia del proprio studio, basata per lo più sul principio di cassa. Per affrontare le sfide dell'efficienza occorre invece rendere misurabili una serie di grandezze utili per condurre lo studio al raggiungimento degli obiettivi desiderati.

Il seminario ha lo scopo di definire le variabili oggetto di controllo e di predisporre il professionista alla logica della misurazione.

Argomenti:

- La definizione di obiettivi misurabili
- La rilevazione dei tempi di lavoro
- La definizione delle aree di attività
- La misurazione dei carichi di lavoro
- Gli indicatori
- La pianificazione

Relatore: Barbara Borgato, docente di Controllo di Gestione Università di Padova.