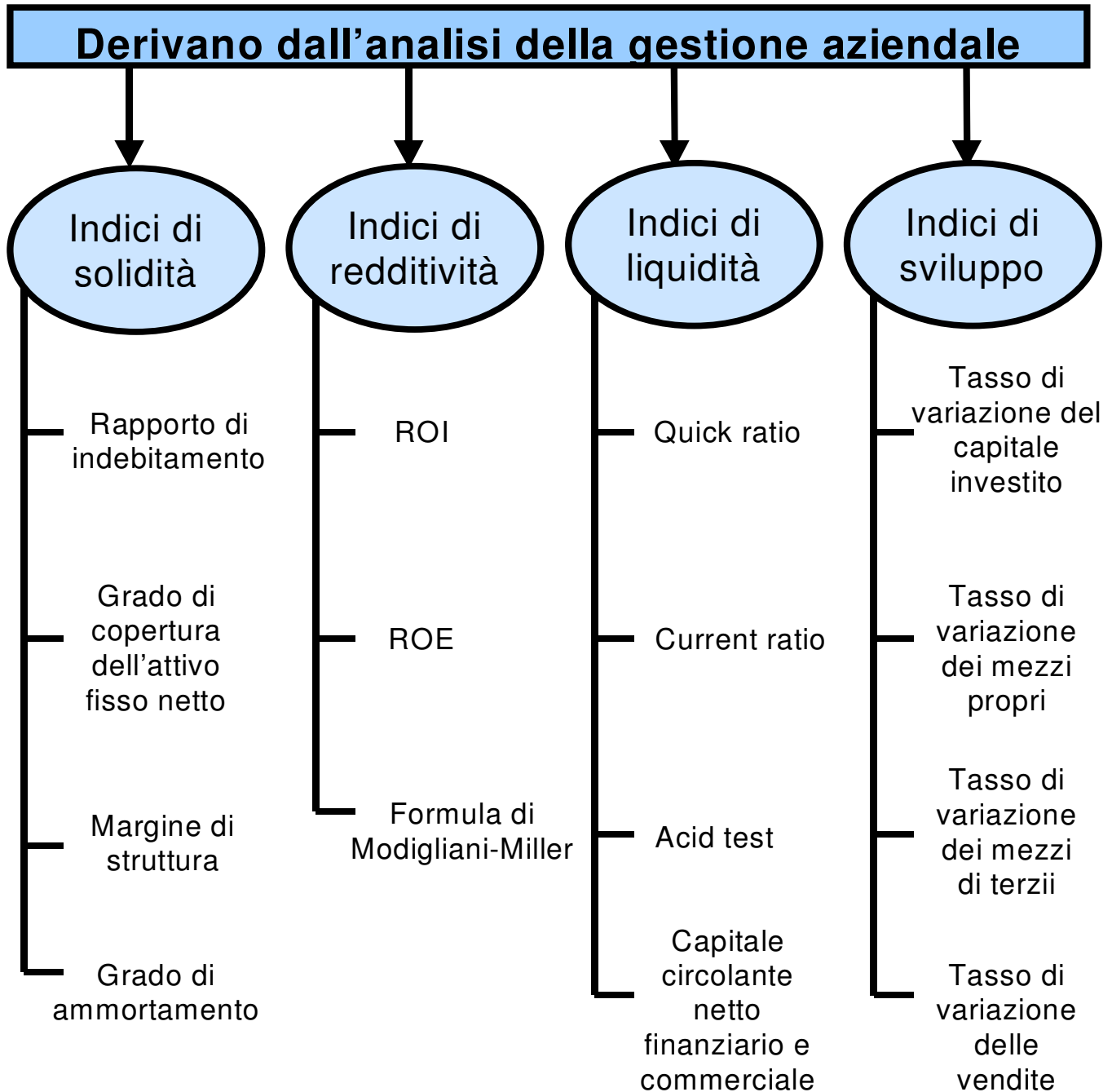




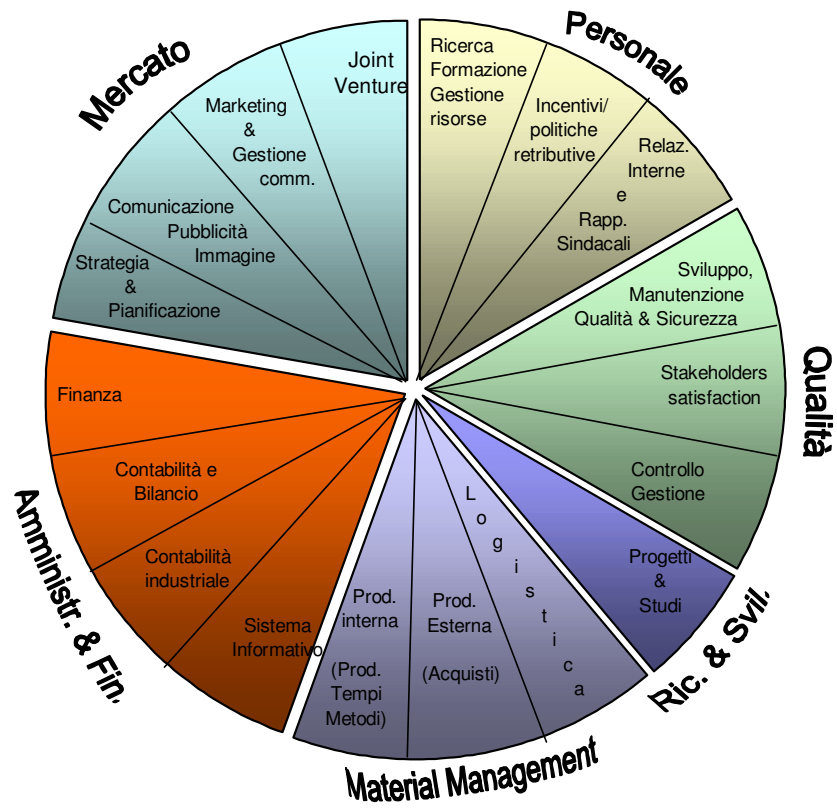
## **BUSINNES PLAN**

- Parte 1. Analisi**
- Parte 2. Sintesi situazione**
- Parte 3. Obiettivi e iniziative**
- Parte 4. Profili degli uomini chiave**
- Parte 5. Previsione organici**
- Parte 6. Analisi esercizi precedenti**
- Parte 7. Previsione esercizi futuri**
- Parte 8. Ricavi e stagionalità**
- Parte 9. Fabbisogno finanziario**
- Parte 10. Strategie / Operatività**
- Parte 11 Cronoprogramma dell'iniziativa**

# INDICI FINANZIARI



Ipotesi Organizzativa PMI in Vision 2000 orientata allo sviluppo delle performance





## **COSTO STANDARD DI PRODOTTO**

(Serve per determinare la redditività delle linee di prodotto)

**RICAVI PRESUNTI TRIENNIO 2001-2004  
(LISTINO SCONTO 50%)**

ANNI	PRODOTTO A		PRODOTTO B		PRODOTTO C		PRODOTTO D	
	n.	ricavo (mni)	n.	ricavo (mni)	n.	ricavo (mni)	n.	ricavo (mni)
2001-2002	9,000	2,340	4,500 (*)	1,860	1,500 (*)	600		800
2002-2003	15,000	3,980	7,650	3,160	2,500	1,020		1,360
2003-2004	18,000	4,680	9,000	3,720	3,000	1,200		1,600
ott-sett 97			3,500		4,200			

**STAGIONALITA' VENDITE (in mld)**

	lug-ago	settembre	ottobre	novembre	dicembre	gennaio	febbraio	totale
<b>anno 2001-2002</b>	0.3	0.7	0.8	1.0	1.5	1.5	1.7	14.8
<b>anno 2002-2003</b>	2.2	2.2	2.2	2.3	2.3	2.1	2	23.8
<b>anno 2003-2004</b>	2.5	2.5	2.5	2.6	2.7	2.7	2.5	28.0

**FABBISOGNO FINANZIARIO (MAGGIO 2001- APRILE 2002 in milioni di lire)**

DESCRIZIONE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE
<b>USCITE</b>					
<i>Organico di produzione (*)</i>	52	52	52	52	52
<i>Organico amministrativo (*)</i>	8	8	8	8	8
<i>Magazzino e Sorveglianza</i>	75	75	75	75	75
<i>Costo Commerciale Italia e Estero (*)</i>	120	120	120	120	120
<i>Spese per materiali (**)</i>				548	548
<i>Spese di trasporto</i>	83	83	83	83	83
<i>Spese per rientro sul mercato Italia</i>					
Ricerca e Formazione	60	50	40		
Apertura sedi a Milano e a Roma	50	40	30	30	
Cataloghi	20	30			
Pubblicità	100	80	70		
Convegni e Seminari			100	100	
Studio e prototipazione nuove linee prodotto			40	30	30
<i>Spese per rientro sul mercato Estero</i>					
Analisi, Viaggi e Promozioni	50	40	30		
Campionatura					10
<i>Consulenze e Varie</i>	27	19			
<i>Revisione dei prodotti e organizzazione</i>	35	30			
<i>Ricerca e migliorie in produzione</i>	70	65	60	55	50
<i>Riscatto (***)</i>					
<i>Spese generali (****)</i>			79	79	79
<b>totale uscite</b>	<b>750</b>	<b>692</b>	<b>787</b>	<b>1180</b>	<b>1055</b>
<b>Entrate (*****)</b>					
<b>fabbisogno finanziario</b>	<b>-750</b>	<b>-692</b>	<b>-787</b>	<b>-1180</b>	<b>-1055</b>

## **PUNTI DI DEBOLEZZA**

- Enorme e complessa struttura organizzativa da ricreare totalmente, dal Sistema informativo alle procedure, alla definizione di responsabilità e carico di lavoro;
- Elevati costi per l'aggiornamento dei prodotti ed il rifacimento di cataloghi e listini anche in funzione Euro, costi promozionali, formazione della rete di vendita, riesame del lay-out per la sistemazione dei locali;
- Necessità di bonificare tetti in amianto e terreni;
- Nessun ordine in portafoglio;
- Potenzialità della verniciatura che richiede sempre un numero elevato di "serventi al pezzo";
- Conflittualità latente?