

OPPORTUNITÀ o MINACCE

Ecologia : L'azienda può sfruttare la tendenza verso l'ecologia a suo favore ? Oppure questa rappresenta una minaccia per la tua impresa ?

Concorrenza dei low cost : I tuoi concorrenti offrono prodotti simili o perfetti sostituti a prezzi molto ridotti ?

EVENTI : esiste qualche evento in arrivo al quale la tua impresa è in qualche modo legata ? (se hai un'azienda di divani — > salone del mobile ... oppure un evento che possa danneggiarti !)

TENDENZE : Esistono delle tendenze che puoi sfruttare a tuo favore ?

OBBIETTIVI DA RAGGIUNGERE

Definisci gli obiettivi della tua impresa che possono essere la crescita del fatturato, la fidelizzazione della clientela, migliorare la comunicazione (i « mi piace » sulla pagina facebook), awareness (farti conoscere di più) ... Parlane un po' basandoti sulla tua azienda Beta

LE LEVE DI MARKETING CHE L'IMPRESA INTENDE ADOTTARE

La tua azienda vuole essere presentarsi alla clientela come :

Leader di costo : Propongo i prezzi migliori sul mercato

Per questo, occorre operare sui costi di produzione e sui materiali utilizzati. Non puoi abbattere i prezzi di vendita senza intaccare i prezzi di acquisto di materie prime e di produzione !

Ovviamente stiamo parlando di comunicazione, quindi questa va targetizzata alle persone giuste : gli acquirenti di low cost

Diversificazione : Cercare di distinguersi dalla concorrenza. Cosa offre la tua azienda di diverso dalle altre ?

Questo può essere espresso in diversi modi, ma il risultato è lo stesso. « noi facciamo questo, gli altri no ». Può essere sia una variante sul prodotto, che un servizio in più alla clientela (tipo una garanzia speciale sui prodotti per esempio).

La situazione del mercato in cui opera l'impresa :

Immaginati un'impresa e scegli il prodotto che produce basandoti su questi info sulle imprese industriali. Il mercato è caratterizzato da imprese tipicamente di di grossa dimensione, in cui valgono le economie di scala e le barriere all'entrata sono elevate : occorre un grosso capitale per ottenere le materie prime (per il manifatturiero per esempio) a prezzi scontati all'ingrosso, e un buon rapporto con i fornitori è molto importante. Immaginando che Beta operi in un settore mediamente competitivo, si può ipotizzare che esistono altre aziende che offrono prodotti simili, o addirittura perfetti sostituti del prodotto di Beta.

Occorre definire il target : a chi venderesti i tuoi prodotti utilizzando diverse variabili (sesso, età, nazionalità, reddito ecc)

Positioning : Come si posiziona l'impresa sul mercato ?

Per ottenere informazioni riguardo al mercato, e specialmente, ai consumatori, occorre effettuare un'analisi qualitativa (focus group, intervista) e quantitativa (questionario di valutazione) da cui potremo ottenere informazioni sui clienti di questo settore, e specialmente, su cosa cercano.

Bisogna sempre ricordare che il marketing serve ad identificare i bisogni dei consumatori e soddisfare la loro domanda.

SWOT analysis :

Rispondi a queste domande , e in base alle risposte, stabilisci se questi fattori rappresentano PUNTI DI FORZA, PUNTI DI DEBOLEZZA, OPPORTUNITÀ o MINACCE per la tua impresa.

PUNTI DI FORZA O DEBOLEZZA

Location : la tua azienda è posizionata in modo strategico in modo da tagliare i costi di trasporto delle materie prime e dei prodotti finiti ?

Comunicazione : La tua impresa comunica su tutti i canali a disposizione ? I clienti interagiscono con l'impresa ?

Il prezzo delle materie prime è alto o basso rispetto alla competizione ?

Il tuo prodotto vende solo in determinate stagioni oppure vende tutto l'anno ?

La tua impresa sfrutta bene la tecnologia e i vantaggi/risparmi che porta?

La tua azienda si rivolge ad un target ampio o ristretto ? Un target di persone troppo ristretto è difficile da colpire

Cosa rende la tua azienda unica ? Quali sono /esistono i fattori critici di successo ?

Ci sono economie di scala ? (risparmio sul costo di produzione portato da un'espansione meccanica dell'azienda)

2. APERTURA DI CREDITO PER ELASTICITA' DI CASSA:

- Il titolare di c/c viene autorizzato a prelevare in misura eccedente le proprie disponibilità entro importi predefiniti e per un tempo limitato.
- Deve trattarsi di scoperti occasionali, di breve durata, di importo limitato, su c/c normalmente a credito del cliente.
- Credito volto a compensare i temporanei squilibri della gestione monetaria dell'azienda affidata.
- Le aperture di credito in conto corrente sono solitamente concesse senza prestazione di alcuna garanzia sussidiaria. La possibilità di richiedere una garanzia è comunque prevista dall'art. 1844 del codice civile.
- La prassi bancaria distingue le aperture di credito in bianco da quelle assistite da garanzia reale: nelle prime rientrano pertanto anche quelle dotate di garanzia personale di terzi.
- Che tipo di garanzia personale possono esservi?
- ☐ Fidejussione: è prodita alla banca se prestata da persona di indiscussa e sicura solvibilità;
- ☐ Avallo di effetti rilasciati alla banca dal beneficiario del credito;
- ☐ Cambiale emessa dal garante.

Gli elementi di costo

- Tasso di interesse
- Liquidazione trimestrale
- Altre commissioni
- Gli effetti del gioco delle valute
- Altre componenti di costo tipiche del conto corrente
- **ATTENZIONE** = la Commissione di massimo scoperto **NON** esiste più!!!! Il libro non è aggiornato in questa parte. Ogni istituto ha introdotto un'altra nomenclatura e modalità di funzionamento differenti.

ANTICIPO SUL PORTAFOLIO SBF

- È ricollegabile al servizio di incasso effetti (cambiali e ricevute bancarie) offerto dalla banca: il cliente incarica la banca di curare l'incasso dei propri effetti, e la banca comunica al debitore lo sportello presso il quale effettuare il pagamento.
- Viene effettuato solitamente su ricevute bancarie (RUBA) = non è un titolo di credito ma semplicemente una attestazione di ricevuto pagamento emessa dal creditore e consegnata alla banca con l'indicazione del debitore dalla quale si deve incassare un credito relativo alla fornitura di beni e servizi con pagamento dilazionato.
- Non sono più cartacee ma circolano su supporti elettronici.
- Se non vengono onorate non costituiscono titolo per inviare il protesto.
- Viene effettuato nella forma di cartello SBF.

ECONOMIA SECONDA PARTE DOMANDA 4

Finanziamenti diretti a breve termine

PRIMO TIPO DI IMPEGNO**APERTURA DI CREDITO IN C/C**

- È un contratto bancario tipico regolato dal codice (art. 1842)

L'apertura di credito bancaria è il contratto col quale la banca si obbliga a tenere a disposizione dell'altra parte una somma di denaro per un dato periodo di tempo o a tempo indeterminato

- È una linea di credito che viene messa a disposizione del cliente, che può utilizzarla nei tempi, nei modi e negli importi a lui più convenienti (molto flessibile)
- La Banca non versa la somma sul conto ma dà la possibilità di prelievo
- Non è in genere assistita da garanzia (altrimenti: pegno su mobili, fidejussioni, effetti di recupero)
- Può essere a tempo determinato o a tempo indeterminato (a revoca); nel primo caso la banca può recedere solo per giusta causa

TIPOLOGIE

- 1) Apertura di credito in conto corrente:

Il beneficiario può non solo usufruire del prestito in più riprese, ma anche ripristinare la disponibilità con successivi versamenti.

2. Apertura di credito semplice:

Impossibilità di ripristino della linea di credito originaria in concomitanza con i rimborsi; scadenza determinata.

↳ Sconfinamento (si inserisce su una apertura di credito ordinaria) e scoperto di valuta

1. APERTURA DI CREDITO ORDINARIA:

- presenta un andamento oscillante dei saldi del conto, ma il loro segno si mantiene solitamente a debito del cliente.
- La banca definisce un importo massimo di scoperto che il cliente è tenuto a rispettare. Entro tale importo il beneficiario può:
 - ☐ effettuare prelevamenti variamente ripartiti nel tempo;
 - ☐ diminuire il proprio debito con successivi versamenti, ripristinando in questo modo il credito a disposizione.
- Il cliente quindi può commisurare gli utilizzi alle sue effettive esigenze gestionali.
- La banca deve stabilire l'importo da concedere valutando se la natura e l'andamento del fabbisogno finanziario dell'azienda siano tali da prospettare che la stessa possa avere una capacità di rimborso a breve scadenza (contenere il rischio di immobilizzo).
- Può essere **GARANTITA** o **IN BIANCO**