

Conosci i tuoi costi?

Sempre maggiore importanza assume il diretto controllo di quella miriade di costi che gravano sull'azienda per il solo fatto di aprire i cancelli al mattino

Può apparire una domanda poco garbata, soprattutto se rivolta ad una categoria di professionisti come i rivenditori di pneumatici che gestiscono Aziende spesso "sulla piazza" da lunga data e che quindi,

per il solo fatto di essere rimaste sul mercato, evidentemente i conti li sanno fare.

In realtà, in un mercato così teso come quello di oggi e caratterizzato da una complessità di fattori sia tecnici che burocratici sempre più grande, qualche riflessione sui costi è bene farla.

Sono ormai un lontano ricordo del bel tempo che fu gli anni delle vacche grasse, quando bastava aprire un negozio per vedere affluire la clientela, senza troppi investimenti e con ampi margini.

Quando infatti, come ad esempio ha fatto Federpneus per predisporre il nuovo Tempario delle prestazioni, si passano al setaccio le varie operazioni per determinare il reale tempo impiegato, verificare i tempi morti, e capire quale possa essere il costo orario per pareggiare i conti, si scopre che i costi sono ben diversi da quelli che ci si aspetta, e soprattutto il costo della manodopera è solo una parte, sia pure importante, di tali costi.

Occorre così, tra le altre cose, tenere presente che, mentre ad esempio un concessionario di auto può massimizzare l'utilizzazione del proprio tempo lavorando su appuntamento, nel settore dei pneumatici tale prassi è rara. Inoltre, il lavoro si sta sempre più orientando verso un andamento stagionale con periodi nei quali si fatica ad evadere le richieste ed altri dove invece c'è poco o nulla da fare.

Se dal fronte delle prestazioni passiamo a quello del prodotto, anche in questo caso occorre un'attenta analisi dei costi. Pensiamo, per fare solo un esempio, ai costi di magazzino dei pneumatici invernali che richiedono assicurazioni, oneri amministrativi, gestionali ed ampi spazi di deposito.

Se è ovvio che è importante comprare bene, se è altrettanto banale la considerazione che è importante vendere bene (e cercare di farsi pagare), sempre maggiore importanza assume il diretto controllo di quella miriade di costi che gravano sull'azienda per il solo fatto di aprire i cancelli al mattino.

Questo crediamo che sarà uno dei grandi temi che il settore dovrà mettere al centro dell'attenzione nei prossimi anni.

Renzo Servadei