

# L'organizzazione degli studi: dalle opportunità strategiche di settore *all Deming Cycle*

di Valentina Dal Maso<sup>1</sup> - dottore commercialista in Vicenza. Segretario Unione Giovani Commercialisti di Vicenza

*L'organizzazione dello studio professionale rappresenta una fase fondamentale e irrinunciabile che parte da un'analisi interna diretta alla definizione e al consolidamento di una strategia vincente che ne associ efficacia, remuneratività e professionalità.*

*Un'analisi o per meglio dire un'autoanalisi che non deve prescindere dal contesto sociale: si tratta di un percorso definibile secondo una ragionata considerazione della rivoluzione digitale di cui facciamo parte nella consapevolezza dunque, in primis, della società in cui viviamo: una società "liquida", dove per sopravvivere bisogna essere pronti a cogliere le numerose opportunità in atto.*

Lo scenario economico italiano è caratterizzato prevalentemente da realtà economiche di piccole medie dimensioni: lo stesso si riflette esattamente sugli studi professionali i quali presentano al loro interno le più svariate tipicità, con strutture e forme giuridiche diverse tra loro. Ma di qualsivoglia tipologia si parli, la loro gestione e organizzazione è un aspetto soggettivo fondamentale.

La professione del dottore commercialista è negli ultimi anni sempre più sottoposta a una *iper* regolamentazione derivante da una complessità normativa in continuo aumento e una concorrenza inesorabile: ciò, conseguentemente, richiede sempre maggior responsabilità, trasparenza e specializzazione.

Uno studio professionale va visto come un'*equipe*, un gruppo unitario di persone con una *governance* chiara che definisca i ruoli, valorizzi e progetti il lavoro interno, che sia capace di innovare e sfruttare le proprie potenzialità interne ed esterne: ecco perché oggi più che mai risulta essenziale definire un piano strategico vincente. Contrariamente a quanto avviene in molti studi professionali, avere una strategia significa innanzitutto scegliere consapevolmente il modo di porsi e proporsi sul mercato. Avere una strategia significa dire di no.

---

<sup>1</sup> Articolo scritto per l'Unione a seguito del convegno di ottobre 2017 "Praticanti, neoabilitati e professionisti già avviati: dipendenti d'opera, associati o imprenditori? cosa è preferibile per loro? cosa è preferibile per lo studio?".

# VISION PRO

Strumenti e tecniche di sviluppo per i professionisti e gli studi professionali

## Intervista

Francesco Bartolucci, Presidente Europeo del network internazionale di studi indipendenti MGI 3

## Strategia

Fattura elettronica, oltre l'adempimento  
*di Claudio Rorato* 7

## Sviluppo personale del professionista

Il processo di consulenza: la diagnosi  
*di Matteo Belluzzi* 14

Come creare una mentalità vincente per far fronte ai cambiamenti legati alla professione del consulente del lavoro  
*di Silvia Cusmai* 23

## Risorse umane

La magia del cambiamento culturale negli studi professionali  
*di Sandra Paserio* 31

La violazione del contratto psicologico nello studio professionale: quali conseguenze e quali possibili risoluzioni?  
*di Marta Giuliani e Alessandra Recine* 37

## Organizzazione di studio

Professionista dipendente d'opera, *or poserai per sempre o il naufragar t'è dolce in questo mare?*  
*di Andrea Cecchetto* 45

## Marketing

L'organizzazione degli studi: dalle opportunità strategiche di settore *all Deming Cycle*  
*di Valentina Dal Maso* 51

## **Tecnologie e informatica**

La *brochure* per gli studi professionali: progettazione di uno strumento di *marketing* promozionale

*di Valentina Basso* 56

## **Adempimenti di studio**

Obbligo di fatturazione elettronica verso tutti: scenari operativi

*di Robert Braga* 61

## **Recensione**

*“Il magico potere del riordino”*. E se la bacchetta magica funzionasse anche in ufficio? 68