



## PROFESSIONISTI

### ***Come formulare un preventivo se sei un commercialista***

di Andrea Michelazzi – Consulente in Pianificazione e controllo di BDM Associati SRL



The banner features the Euroconference logo and the text "EuroconferenceinPratica". To the right, there is a call-to-action: "Scopri la soluzione editoriale integrata con l'AI indispensabile per Professionisti e Aziende >>" with a small AI icon.

#### **L'arte di valorizzare correttamente la propria professionalità**

Un preventivo ben strutturato non è solo un documento economico, ma uno **strumento strategico** che determina il futuro della relazione professionale. Molti commercialisti lo considerano un semplice adempimento burocratico da sbrigare velocemente, **sottovalutandone l'impatto sulla sostenibilità dello studio** nel lungo periodo.

La fase di preventivazione rappresenta il **primo vero momento di negoziazione** con il cliente, dove si stabiliscono le fondamenta della collaborazione. Un errore di valutazione in questa fase può avere conseguenze significative: **servizi sottopagati, richieste non preventivate** e, in ultima analisi, difficoltà operative e finanziarie per lo studio professionale.

#### **Evitare il forfait omnicomprensivo: il valore della trasparenza**

Uno degli errori più comuni nella formulazione dei preventivi è proporre un **compenso forfettario** che includa genericamente "tutti i servizi". Questa soluzione, apparentemente pratica, nasconde diverse insidie:

- **svaluta il lavoro dello studio**, appiattendo la percezione del valore specifico di ogni attività;
- crea **ambiguità** sulla natura dei servizi inclusi;
- induce il cliente a ritenere che **qualsiasi richiesta sia compresa** nel compenso pattuito.

Un approccio più efficace consiste nel **dettagliare ogni singola attività**, specificando con precisione il valore di ciascun servizio. Questo metodo offre vantaggi concreti:

- trasmette al cliente una **chiara percezione** di ciò che sta acquistando;
- **previene contestazioni future** su attività non incluse inizialmente;



- permette allo studio di **quantificare adeguatamente** il proprio lavoro;
- **educa il cliente** alla complessità e al valore del servizio professionale.

La suddivisione in voci specifiche non è solo una questione formale, ma un modo per comunicare **professionalità e competenza** fin dal primo contatto.

### **Le informazioni chiave per un preventivo accurato**

Un preventivo efficace deve basarsi su **dati concreti** e su un'analisi dettagliata delle esigenze del cliente. Prima di elaborare l'offerta, è essenziale raccogliere:

#### **1. Analisi dell'attività del cliente**

- **dimensioni dell'azienda** e volume d'affari;
- **numero e tipologia dei movimenti contabili** annuali;
- adempimenti fiscali e amministrativi richiesti;
- eventuali necessità di **consulenze straordinarie**.

#### **2. Benchmark di mercato**

- **tariffe applicate** da studi comparabili nella stessa area geografica;
- **valorizzazione media** di un'ora di consulenza in base alla complessità;
- **posizionamento strategico** rispetto alla concorrenza.

Queste informazioni consentono di stimare con precisione il tempo necessario per ogni attività e di applicare tariffe coerenti con il valore offerto, garantendo **competitività e sostenibilità economica**.

### **La presentazione: un momento cruciale**

La modalità di presentazione del preventivo è **determinante quanto il suo contenuto**. Invialo semplicemente via email è insufficiente: **discuterlo personalmente** o in videoconferenza permette di valorizzare ogni aspetto dell'offerta.

Durante questo confronto è importante:

- esporre con chiarezza i **servizi inclusi** e il loro valore specifico;
- **motivare le tariffe** proposte, evidenziando tempo stimato e qualità del servizio;
- mostrare disponibilità al dialogo senza **svalutare il proprio lavoro**;
- comunicare che il preventivo si basa su **dati oggettivi** e non su valutazioni approssimative.



Un preventivo ben argomentato permette di affrontare la trattativa con sicurezza, riducendo il rischio di accettare **incarichi poco remunerativi**.

### La consapevolezza del proprio valore

Nella fase di presentazione, molti professionisti si sentono **a disagio nel richiedere il giusto compenso**. Questo atteggiamento rappresenta un ostacolo significativo alla corretta valorizzazione della propria professionalità.

Il primo passo per superare questa difficoltà è acquisire **piena consapevolezza del valore dei propri servizi**. Affrontare il tema del pricing con sicurezza e determinazione comunica al cliente la qualità dell'offerta e giustifica il preventivo richiesto.

Un professionista che non sa valorizzare economicamente le proprie competenze **difficilmente sarà percepito come un consulente di alto livello**, indipendentemente dalla sua effettiva preparazione.

### Costruire relazioni durature attraverso preventivi equilibrati

Un preventivo corretto non punta a massimizzare il guadagno immediato, ma a creare le basi per una **collaborazione proficua e duratura**. Deve rappresentare un punto di equilibrio tra il valore percepito dal cliente e la sostenibilità economica dello studio.

Quando un cliente comprende chiaramente cosa sta acquistando e perché il prezzo è quello proposto, si instaura un **rappporto basato sulla trasparenza e sulla fiducia reciproca**. Questo approccio riduce significativamente il rischio di incomprensioni future e aumenta la fidelizzazione nel lungo periodo.

### Conclusione

Formulare un preventivo efficace richiede **metodo, preparazione e consapevolezza** del proprio valore professionale. Evitare forfait generici, valorizzare ogni singolo servizio, basarsi su dati concreti e presentare l'offerta con sicurezza sono elementi essenziali per garantire **collaborazioni profittevoli e sostenibili**.

Il preventivo rappresenta molto più di un semplice documento economico: è la **prima vera consulenza** che offriamo al cliente, una dimostrazione tangibile della nostra professionalità e un potente strumento di gestione strategica dello studio.



La capacità di elaborare **preventivi equilibrati e trasparenti** distingue il professionista di successo da chi, pur offrendo servizi di qualità, non riesce a valorizzarli adeguatamente sul mercato.