

Contabilità analitica e Business Intelligence: i due assets imprescindibili per un management consapevole ed efficiente.

Il management per avere piena consapevolezza di ogni aspetto economico e finanziario del business deve eseguire oltre alla contabilità generale, obbligatoria per legge, anche la **contabilità analitica**.

Quest'ultima infatti non sottostà ad alcuna finalità di divulgazione esterna, ma piuttosto ad una **rappresentazione ragionata degli eventi interni dell'azienda** ed un attento e scrupoloso monitoraggio dei costi e dei ricavi, classificati in modo tale da permettere al board di prendere decisioni strategiche di business.

È infatti grazie alla contabilità analitica che i vertici aziendali hanno ben chiara **la redditività dei centri di costo e delle commesse**. Sono dunque in grado di determinare ad esempio:

- quale linee di prodotto o servizi sono più performanti,
- quali rami d'azienda sono meno efficienti,
- determinare l'andamento delle vendite, l'acquisizione di clienti o il grado di produttività delle business unit.

La **differenza principale tra la contabilità generale e quella analitica** risiede pertanto nella flessibilità di consultazione. Mentre il bilancio aziendale è un documento statico, la contabilità analitica è dinamica perché deve presentare - per stessa natura - le reali performance aziendali. Difatti, anche la stessa **classificazione dei costi** non avviene per natura, ma per **destinazione** così da valutare i costi per singolo prodotto o segmento aziendale.

Perché quindi applicare la contabilità analitica in azienda e il controllo di gestione?

È di fondamentale importanza che qualsiasi realtà imprenditoriale si ponga nella condizione di sviluppare il pensiero strategico per:

- anticipare l'effetto delle azioni
- avere una visione a lungo termine

- focalizzarsi sulle azioni che determinano il raggiungimento degli obiettivi
- stimolare una visione creativa

In sintesi, organizzare la propria contabilità in modo tale da generare riflessioni che consentano la **ricerca di inefficienze** e maturare **azioni che potenzino i processi virtuosi**.

Tutte operazioni impossibili da eseguire efficientemente se in azienda si ha una panoramica della situazione economico, finanziaria e patrimoniale designata dal bilancio d'esercizio.

Quindi, la rilevazione contabile, oltre ad assolvere alla funzione di soddisfare la normativa civilistica e fiscale, deve essere volta a raccogliere anche tutte quelle informazioni utili alla gestione manageriale aziendale (contabilità analitica).

La contabilità analitica svolge dunque **due importanti funzioni**:

- Fornisce informazioni al management, che effettuerà valutazioni e scelte economiche precise (ad esempio, determinare il pricing di un prodotto o servizio, valutare la produttività di un processo, misurare la redditività di un prodotto e così via)
- Costituisce la base di partenza per il controllo di gestione: grazie alle informazioni fornite dalla contabilità analitica il controllo di gestione può predisporre budget e tenere costantemente sotto controllo la gestione aziendale, nel rispetto dell'equilibrio economico, patrimoniale e finanziario.

Per poter implementare la contabilità analitica in azienda è necessario conoscere perfettamente tutti i **propri processi aziendali**. Come riuscirci?

- Definendo per ogni attività un KPI in grado di misurarne il livello di efficienza e produttività.

Con una rappresentazione visiva e di facile lettura dei KPI di interesse.

La Business Intelligence: per una rappresentazione dei KPIs intelligente.

Affinché il dato possa essere adeguatamente analizzato, deve essere ben rappresentato.

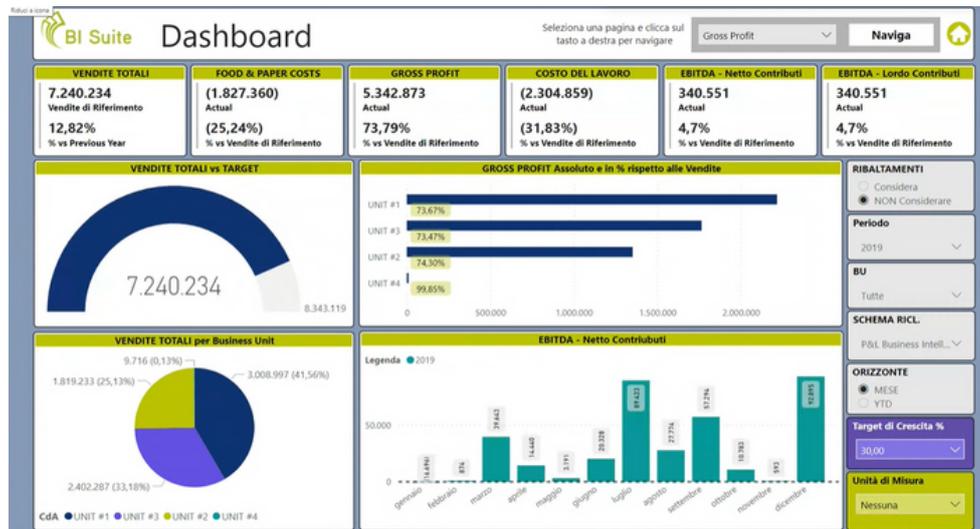
La **Business Intelligence** (o BI) ha come obiettivo proprio la ragionata rappresentazione dei KPI in real time caratterizzata dalla facilità di lettura ed immediatezza.

La contabilità analitica può sicuramente avvalersi degli strumenti tradizionali utilizzati sin'ora (es. fogli Excel), ma certamente espone le sue potenzialità grazie all'adozione della BI, la quale sfrutta l'aggregazione dei dati prediligendo la dimensione visiva. Questa è la particolarità fondamentale per far sì che l'attenzione del destinatario si focalizzi sugli aspetti più rilevanti, sui **punti di forza** dell'azienda o sulle **debolezze**, con l'obiettivo di migliorare e addirittura **prevenire situazioni critiche**.

Personalizzare la propria dashboard BI vuol dire elaborare un'analisi tailor made.

Per un'analisi dell'andamento societario puntuale e completa è quindi di vitale importanza **capire istantaneamente** dove focalizzare la propria attenzione. Per questo motivo, non esiste uno standard valido ed efficace per ogni situazione, ma si può (anzi si deve) adattare le dashboard BI in base ai destinatari che le consulteranno, sia nei contenuti che nella forma, mantenendo sempre un elevato grado di **intuitività, flessibilità e personalizzazione**.

La dashboard rappresentata nella seguente figura vuole essere pertanto un esempio di massima, ma trasferisce già a colpo d'occhio linearità, chiarezza e immediatezza nelle informazioni presentate.



Grazie all’analisi dei processi aziendali e degli aspetti di interesse individuati dal management è stato **possibile determinare 6 indicatori principali**, che insieme scattano un’istantanea dell’azienda (calcolati nei box in alto sulla base delle selezioni effettuate).

Questi stessi indicatori vengono poi utilizzati per **popolare i 4 grafici della sezione centrale**, permettendo all’utente finale di avere sempre il colpo d’occhio su aspetti quali ad esempio le **Vendite effettuate rispetto ad un target** (dinamicamente impostabile) e **come esse si suddividono fra le BUs** che compongono l’azienda di riferimento, **l’andamento del Gross Profit** (o di un qualunque risultato intermedio) per ogni BUs e in relazione alle Vendite effettuate e, infine, il **risultato generale preso come riferimento** (in questo caso EBITDA) e il suo andamento nel tempo, in modo da avere sempre il polso generale della situazione aziendale nei periodi presi in esame.