

L'estratto che stai consultando
fa parte del volume in vendita
su **ShopWKI**,
il negozio online di **Wolters Kluwer**

[Torna al libro](#)



CEDAM

IPSOA

UTET[®]
GIURIDICA

il fisco

 ALTALEX

1. CONOSCERE L'IMPRESA

1.1.	Come individuare correttamente gli elementi caratteristici, non caratteristici ed estranei all'impresa	pag.	3
1.2.	Gli elementi caratterizzanti il <i>business</i>	pag.	4
1.3.	L'approccio qualitativo e quantitativo	pag.	6
1.4.	La formula imprenditoriale competitiva	pag.	7
1.5.	La valorizzazione delle immobilizzazioni e dell'attivo circolante	pag.	10
1.6.	Valorizzazione del patrimonio, dei fondi e dei debiti	pag.	18
1.7.	Case history	pag.	22

2. CONOSCERE IL PRODOTTO

2.1.	Elementi distintivi del prodotto rispetto alla concorrenza	pag.	29
2.2.	Identità del prodotto	pag.	30
2.3.	Tecnologia e stato dell'arte del prodotto	pag.	31
2.4.	Mode, tendenze dei prodotti	pag.	32
2.5.	La collocazione di mercato	pag.	33
2.6.	Il prodotto nel contesto attuale e futuro di mercato	pag.	34
2.7.	Il prodotto nell'aspetto legislativo	pag.	35

3. CONOSCERE IL MERCATO

3.1.	Mercato global o local?	pag.	41
3.2.	Abitudini e tendenze dei clienti	pag.	42
3.3.	Scenario normativo	pag.	43
3.4.	Capire il valore di mercato	pag.	44
3.5.	Analisi e segmentazioni di mercato, segmentazione della domanda e scelta del segmento	pag.	45
3.6.	Classificazione dei <i>competitors</i>	pag.	46
3.7.	Strategia di <i>marketing</i>	pag.	47

4. BUSINESS DILIGENCE

4.1.	Nozioni di base della business diligence	pag.	53
4.2.	Applicabilità della business diligence	pag.	53
4.3.	Prima fase – indagine	pag.	54
4.4.	Seconda fase – ambizione	pag.	60
4.5.	Crescita organica e straordinaria	pag.	69

5. MODELLO PREDITTIVO DI ANALISI E PROGRAMMAZIONE

5.1.	Bilancio di esercizio riclassificato	pag.	73
5.1.1.	Guida alla lettura del bilancio riclassificato	pag.	73
5.1.2.	Limite di profondità dell'informazione del bilancio riclassificato	pag.	81
5.2.	Modello per il bilancio di verifica suddiviso per b.u.	pag.	82

5.2.1.	Individuazione delle B.U.	pag.	82
5.2.2.	Determinazione dei valori economici e risultati per B.U.	pag.	83
5.2.3.	Suddivisione dei conti patrimoniali per B.U.	pag.	96
5.3.	Modello per il piano vendite	pag.	100
5.3.1.	Analisi settoriale e analisi del mercato di riferimento per B.U.	pag.	100
5.3.2.	Creare un piano vendite per B.U.	pag.	101
5.3.3.	Modello per il Piano Marketing a supporto delle vendite	pag.	103
5.4.	Modello per il piano investimenti	pag.	109
5.4.1.	Definizione del piano di investimenti <i>sales</i>	pag.	109
5.4.2.	Definire il piano investimenti <i>production</i>	pag.	111
5.5.	Modello per l'analisi di bilancio	pag.	113
5.5.1.	Creare e leggere i principali indicatori economici	pag.	113
5.5.2.	Indicatori patrimoniali	pag.	115
5.5.3.	Conoscere gli indicatori finanziari	pag.	116
5.6.	Modello per il piano strategico	pag.	118
5.6.1.	Creare in automatico un modello di piano strategico aziendale	pag.	118
5.6.2.	Creare in automatico un Piano Budget	pag.	149
5.6.3.	Gli indicatori economici e finanziari per migliorare le <i>performance</i> aziendali e prevenirne le crisi	pag.	151
5.6.4.	SWOT <i>Analysis</i>	pag.	157
5.6.5.	Modello BSC Balance Scorecard	pag.	159
5.7.	Codice della crisi aziendale	pag.	163
5.8.	Requisiti del sistema	pag.	164
5.9.	Installazione	pag.	164

L'estratto che stai consultando
fa parte del volume in vendita
su **ShopWKI**,
il negozio online di **Wolters Kluwer**

[Torna al libro](#)



CEDAM

IPSOA

UTET[®]
GIURIDICA

il fisco

 ALTALEX