



# **Corso di Economia aziendale**

## **Lezione 13**

### **I processi di vendita**

# Il sistema delle relazioni azienda-clienti

- flussi a livello fisico-tecnico ed economico (*in uscita*)
- flussi monetario-finanziari (*in entrata*)



Settore economico

Settore finanziario

prodotti/servizi  
ricavi di vendita

denaro  
crediti di regolamento

Mercati di  
collocamento  
prodotti/servizi

# Area commerciale

quattro cicli  
fondamentali!

## 1. Area direzionale-commerciale

Analisi di mercato, orientamento al marketing, analisi concorrenza

## 2. Area amministrativo-commerciale

Gestioni ordini

## 3. Area tecnico-commerciale

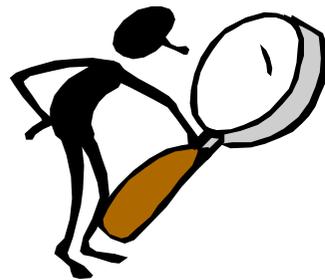
Gestione magazzino-spedizioni, vendite e servizi post-vendita ai clienti

## 4. Area amministrativo-finanziaria

Rilevazione ricavi e crediti, Note di credito, Gestioni crediti e incassi da clienti

## Area direzionale commerciale

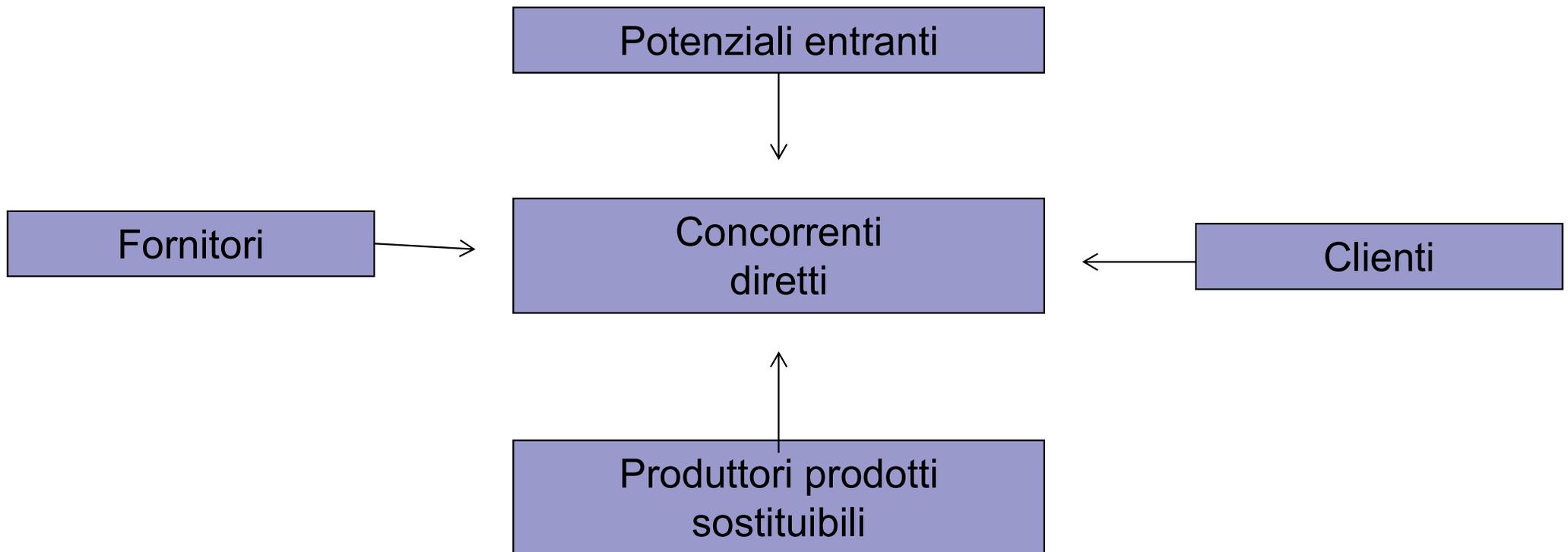
### Le tipologie di orientamento delle aziende al mercato



		Rilevanza della funzione commerciale	
		modesta	importante
Complessità del mercato di sbocco	limitata	Orientamento al prodotto I	Orientamento alla vendita II
	elevata	Orientamento al mercato III	Orientamento al marketing IV

Area direzionale - commerciale

# Analisi concorrenza



# Marketing mix

**PRODOTTI**



**Portafoglio prodotti**

**PREZZI**



**Politiche di prezzo**

**COMUNICAZIONE**



-  **Personale di vendita**
-  **Pubblicità**
-  **Promozione**
-  **Sponsorizzazioni**

**DISTRIBUZIONE**



**Selezione e gestione dei canali distributivi**



# Prodotto

Le decisioni relative alla produzione comprendono:

- 1. Quali prodotti progettare e presentare al mercato**
- 2. Specializzazione o diversificazione (linea di prodotto)**
- 3. Politica dei marchi**
- 4. Ecc.**

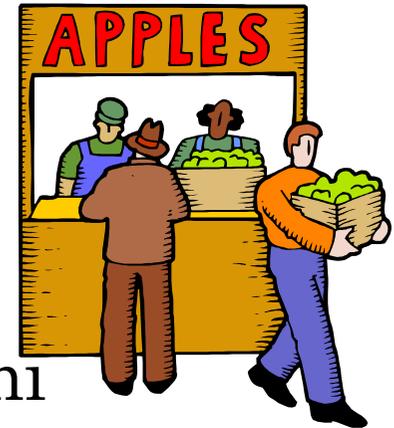
# Linea di prodotti

Gruppi di prodotti aventi caratteristiche comuni

## 1. omogeneità tecnico-produttive

## 2. omogeneità di marketing:

- ⊙ soddisfano una medesima classe di bisogni
- ⊙ sono complementari nell'uso
- ⊙ sono venduti ad una stessa categoria di acquirenti
- ⊙ vengono venduti tramite gli stessi canali distributivi
- ⊙ appartengono ad una stessa categoria o livello di prezzi



# Portafoglio prodotti

*insieme dei prodotti offerti sul mercato*

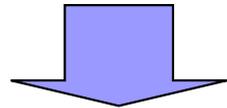
	← profondità →					
<b><i>Linea di prodotto 1</i></b>	<b>1.1</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>			↓ <b>ampiezza</b> ↑
<b><i>Linea di prodotto 2</i></b>	<b>2.1</b>					
<b><i>Linea di prodotto 3</i></b>	<b>3.1</b>	<b>3.2</b>	<b>3.3</b>	<b>3.4</b>	<b>3.5</b>	
<b><i>Linea di prodotto 4</i></b>	<b>4.1</b>	<b>4.2</b>	<b>4.3</b>			



**Ampiezza = 4 linee**  
**Profondità media = 3**  
**Numero prodotti = 12**

# Politiche di prezzo

Valore del prodotto non coincide con il suo valore monetario ma è il valore assegnato acquirente deve tener conto delle sue caratteristiche funzionali, psicologiche e di servizio



Numerose variabili che entrano in gioco nella fissazione del prezzo:

Situazione concorrenziale

Struttura della domanda (elasticità)

Livello dei costi e profitto atteso

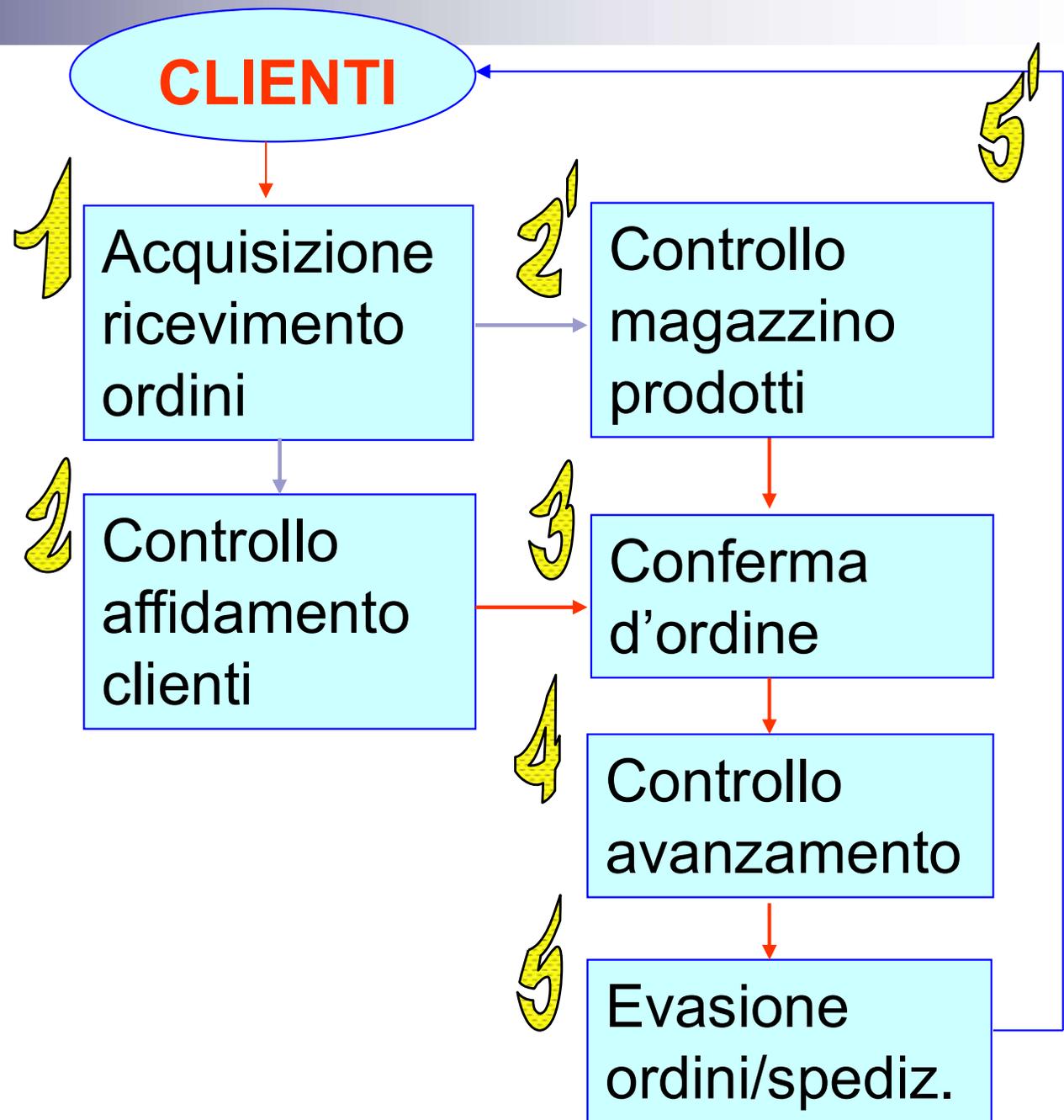
.....

## 2. Area amministrativo-commerciale

### Gestione ordini

-  *A.* Acquisizione ordini
-  *B.* Verifica dei limiti di fido accordato al cliente
-  *C.* Controllo delle disponibilità di prodotti/servizi
-  *D.* Emissione delle conferme d'ordine
-  *E.* Controllo avanzamento ordini
-  *F.* Evasione degli ordini

# ciclo ordini-spedizioni



# 1) *Acquisizione ordini*

Tipologie alternative o combinate di acquisizioni ordini:

- ✓ *presso l'azienda*
- ✓ *presso il cliente*
- ✓ *diretta*
- ✓ *a mezzo di rappresentante*
- ✓ *con ordini via posta, fax, internet*
- ✓ *redatti assieme al cliente*
- ✓ *su moduli compilati dal cliente*
- ✓ *su copia commissione redatta dal venditore o rappresentante*



## *L'ordine di acquisto va vagliato considerando:*



~ affidabilità del cliente (fase 2)

~ analisi e revisione delle quantità dei prodotti ( $q$ )  
e dei prezzi ( $P$ )

~ possibilità di rispettare l'impegno di vendita

## 2) *Verifica dei limiti di fido accordato al cliente*

**L'affidamento dei clienti viene definito/aggiornato su base:**

- 1. solvibilità*
- 2. puntualità di pagamento*
- 3. potenzialità commerciale*

*(Dopo il vaglio di 1., 2. e 3.)*

L'ordine può essere considerato accettabile se:

**ENTITA' DEL FIDO CONCESSO**

**>**

**ESPOSIZIONE COMPLESSIVA CLIENTE**

- 
- a) Saldo contabile aggiornato*
  - b) Esposizione cambiaria*
  - c) Ordini in corso (non evasi + quello in oggetto)*

## 2') *Controllo delle disponibilità di prodotti/servizi*

### 1. Quantità esistenti in magazzino

### + 2. Carichi previsti:

- ✓ *ordini d'acquisto presso i fornitori*
- ✓ *ordini di lavorazione presso i reparti produttivi*
- ✓ *ordini di lavorazione presso lavoratori esterni*

### - 3. Scarichi previsti

Il calcolo delle **DISPONIBILITA'** dovrebbe tener conto anche dei **TERMINI DI CONSEGNA:**

- immediata → *pochi giorni*
- pronta → *1 o 2 settimane*
- a data fissata
- a data da stabilire successivamente

### *3) Emissione della conferma d'ordine*

La conferma d'ordine viene in genere emessa in 4 copie:

*originale* → al **cliente** per l'accettazione

*copia* → per il **magazzino** affinché effettui la spedizione

*copia* → per l'**ufficio fatturazione** per la verifica dei dati del cliente e delle condizioni di vendita

*copia* → per l'**ufficio commerciale** per prova nei confronti del cliente e per accertamenti di vario genere

## 4) *Controllo avanzamento ordini*

### Area approvvigionamenti produzione

- ➔ gestione ordini fornitori
- ➔ programmazione produzione



### Area commerciale vendite

- ➔ situazione degli ordini:
  - ✓ ricevuti
  - ✓ eseguiti
  - ✓ inevasi
- ➔ situazione magazzino prodotti

### SITUAZIONE ORDINI

↳ **Lista ordini evadibili per:**  
articolo, cliente, agente,  
scadenza, canale di vendita

### 3. Area tecnico-commerciale

Gestione magazzino-spedizioni e servizi ai clienti

- ✓ **Prelievo** prodotti in magazzino
- ✓ **Predisposizione** prodotti per la spedizione
- ✓ Preparazione **documenti** di spedizione
- ✓ Spedizione/**trasporto**
- ✓ Predisposizione **servizi al cliente**



### Aggiornamenti informativi:

- **Archivio prodotti**
- **Archivio clienti**
- **Archivio portafoglio ordini**

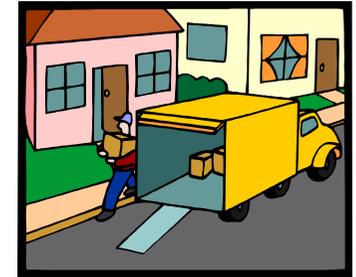
# 1) *La consegna dei beni*

Fasi

**1.a** Uscita delle merci dal magazzino e carico sul vettore commerciale



**1.b** Trasporto fino al luogo di destinazione



*importante*



**Rispetto dei tempi pattuiti**

**Conformità degli ordini**

*complessità*



**Outsourcing della logistica**

## *2) La gestione della produzione post vendita*

*a carattere patologico*

**Rilavorazioni dei lotti restituiti dalla clientela**

*a carattere fisiologico*

**Assistenza tecnica alla clientela**

**...per conseguire ricavi accessori**

**...per fidelizzare la clientela**

## 4.1. Area amministrativo-commerciale

### Gestioni contabile vendite

documenti e  
rilevazioni contabili

## 1. Fatturazioni attive

Per vendite di beni/servizi

+ *crediti verso clienti*



+ *ricavi di vendita*

## 2. Emissione di note di accredito

Per rettifiche legate a: **abbuoni, sconti, resi, altre**

- *ricavi di vendita*



- *crediti verso clienti*

## 4.2. Area amministrativo-finanziaria

### Gestioni crediti e incassi da clienti

Ricorso al sistema bancario  
*(Modalità di incasso più frequente)*

- ❖ assegni di c/c
- ❖ bonifici bancari
- ❖ carte di credito
- ❖ .....

### Valori numerario-finanziari:

**+ denaro**

aumento dei mezzi monetari  
in banca o in cassa

**ai**

valori **NUMERARI**  
*certi*



**- crediti v/clienti**

diminuzione dei crediti  
di regolamento  
sorti in precedenza.

**dai**

valori **NUMERARI**  
*assimilati*

# Applicazione numerica/1

- **Dotazione iniziale di capitale: 100.000 Euro**

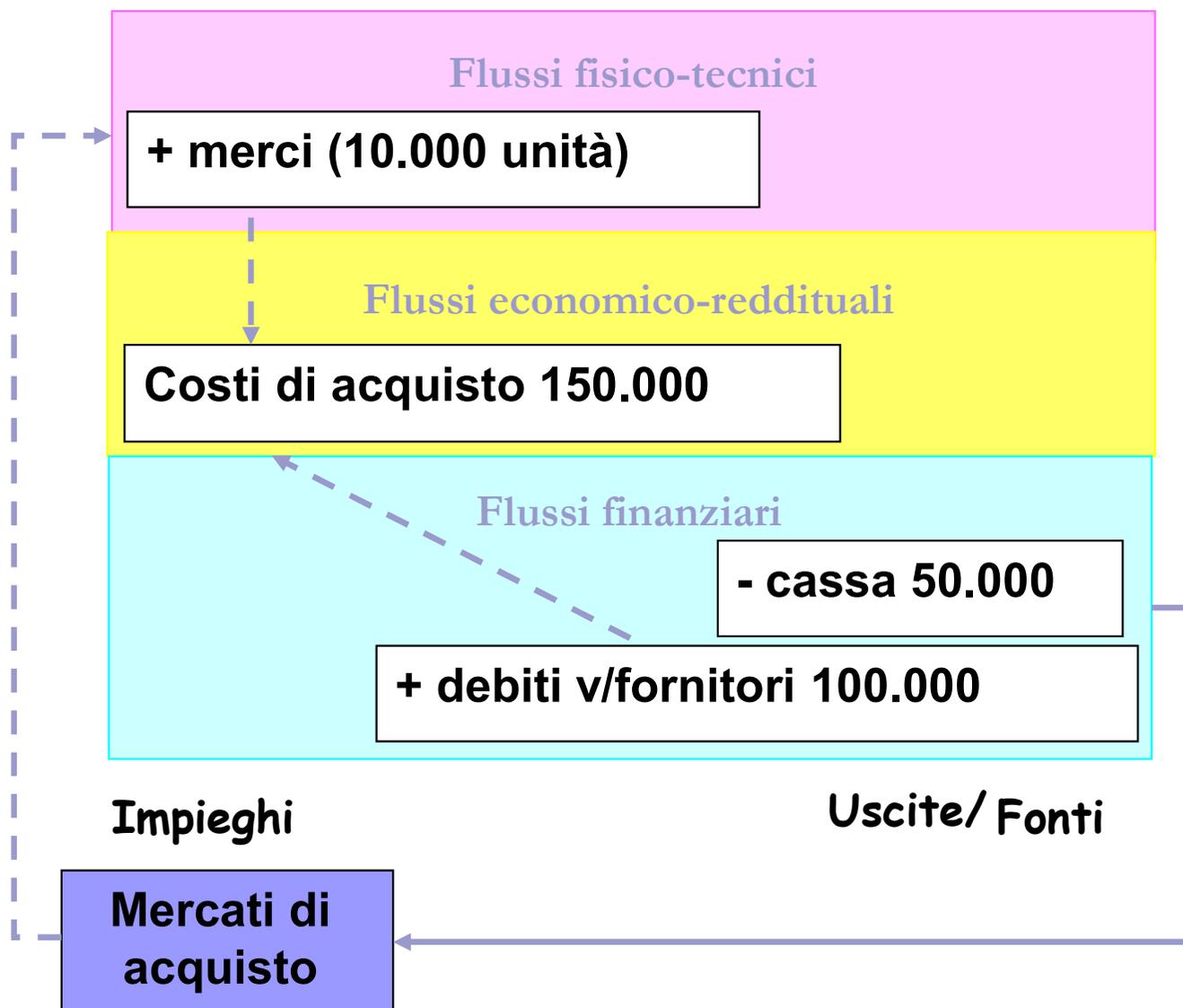
- **Acquisto di merci: 10.000 unità ad un prezzo unitario di 15 Euro**
  - **Pagamenti a fornitori: 50.000 Euro per cassa**
- **Vendita di merci: 6.000 unità di merce ad un prezzo unitario di 17,5 Euro**
  - **Abbuoni su vendite per 5.000 Euro**
  - **Incassi in contanti da clienti per 30.000 Euro**

# Prospetto del CAPITALE iniziale

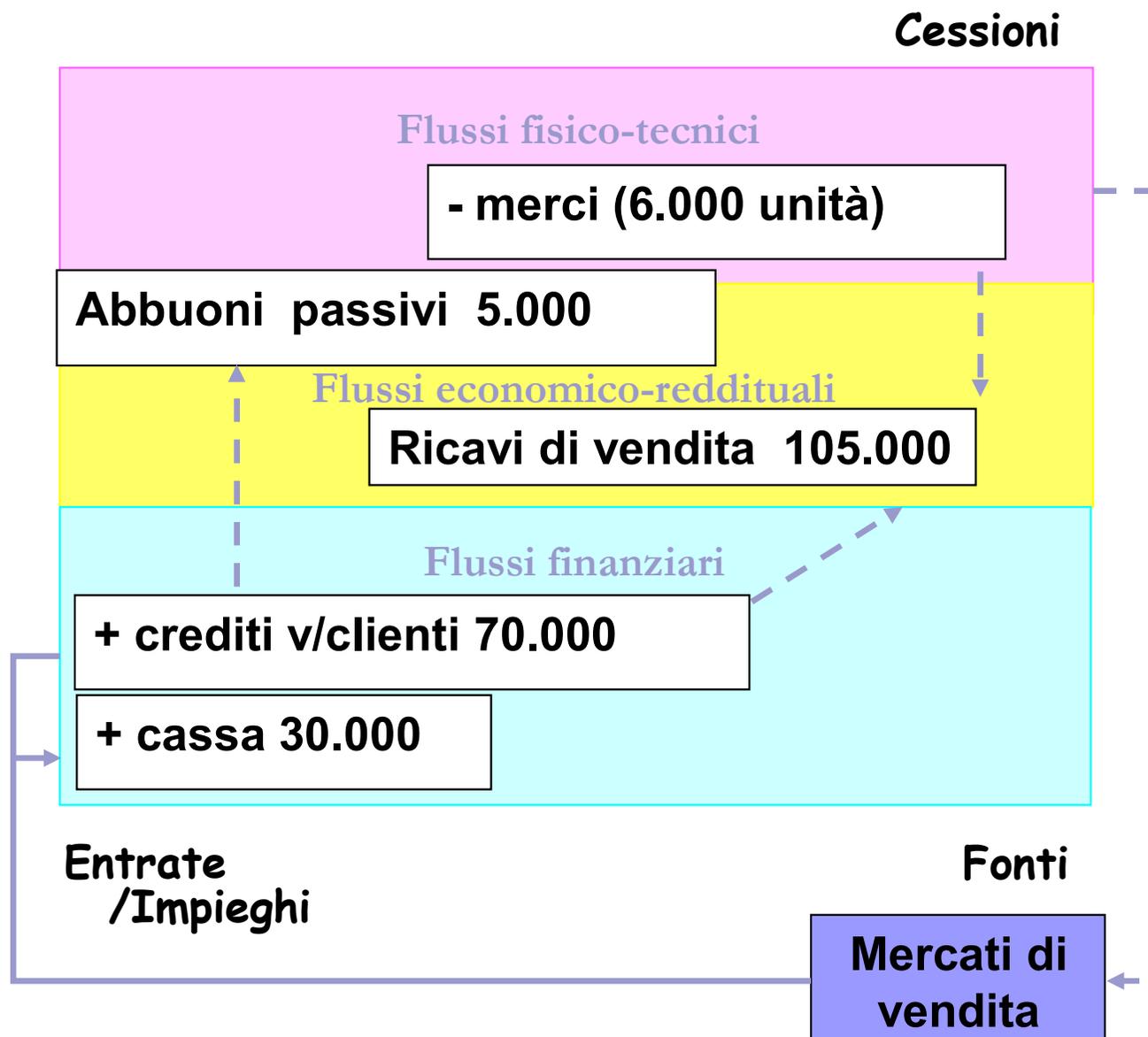
<b>Investimenti: Attività</b>		<b>Finanziamenti: Passività + Capitale Netto</b>	
<b>Cassa e Banche c/c</b>	<b>100.000</b>	<b>Capitale di apporto</b>	<b>100.000</b>
<b>Totale a pareggio</b>	<b>100.000</b>	<b>Totale a pareggio</b>	<b>100.000</b>

# Flussi collegati all'acquisto di merci (fattore produttivo azienda comm.le)

## Acquisizioni



# Flussi collegati alla vendita di merci (prodotto finito azienda comm.le)



## Prospetto dei flussi a livello fisico tecnico PERIODO I

### Flussi in INPUT

### Flussi in OUTPUT

**Acquisizione MERCI 10.000 unità**

**Vendita MERCI 6.000 unità**

**Rimanenze finali:**

**MERCI 4.000 unità**

# Determinazione analitica del reddito

Prospetto dei flussi reddituali – periodo I (CONTO ECONOMICO)	
Costi di acquisto Merci (10.000*15) 150.000	Ricavi di vendita Merci (6.000*17,5) 105.000
Abbuoni su vendite 5.000	Rimanenze Finali (storno di costo): Merci (4.000*15) 60.000
<b>Saldo del conto: Utile di periodo 10.000</b>	
<b>Totale a pareggio 165.000</b>	<b>Totale a pareggio 165.000</b>

# Schema valori e variazioni economiche primo periodo

## Acquisizioni

**Costi di acquisto  
merci 150.000**

## Variazioni economiche di periodo

## Cessioni

**Ricavi di vendita  
merci 100.000**

*Aspetto economico-commerciale*

**Costi delle merci  
vendute 90.000**

*Aspetto economico-produttivo*

**Costi sospesi  
merci non  
vendute 60.000**

*Valori finali  
(di fine periodo)  
 $t_1$*

**Reddito  
di periodo  
10.000**

## Rimanenze finali

# Prospetto del reddito

“a costi e ricavi della produzione venduta”

$$Cv + r = Rv$$

$$\text{dove : } Cv = (RI + Ca) - RF$$

Costi		Ricavi	
Costi di acquisto	150.000	<b>Ricavi di vendita netti</b>	
- Rimanenze Finali	60.000		<b>(Rv) 100.000</b>
<b>Costi del venduto (Cv)</b>	<b>90.000</b>		
<i>UTILE di periodo</i>	<i>10.000</i>		
<b>Totale a pareggio</b>	<b>100.000</b>	<b>Totale a pareggio</b>	<b>100.000</b>

## Prospetto del CAPITALE finale (I periodo)

Attività		Passività + Netto	
Costi delle merci in rimanenza		Debiti di regolamento	100.000
	60.000	Capitale netto iniziale	100.000
Crediti di regolamento	70.000	<i>UTILE di periodo</i>	<i>10.000</i>
Cassa e Banche c/c	80.000		
<b>Totale a pareggio</b>	<b>210.000</b>	<b>Totale a pareggio</b>	<b>210.000</b>



# Riferimenti per l'esame

**MARCHI Luciano (a cura di),**  
*Introduzione all'Economia Aziendale,*  
**Giappichelli**

**Capitolo 5 – pagg. 203-234**