

La gestione finanziaria del garden center: perché il cassetto è vuoto?



La gestione finanziaria del punto vendita è fondamentale. In anteprima **Paolo Montagnini** ci anticipa le linee guida del suo intervento a [GAME Gardening Meeting](#), che si terrà all'interno di [Myplant & Garden](#), mercoledì 21 febbraio alle ore 16.15.

La gestione finanziaria del garden center: perché il cassetto è vuoto?

C'è un'arte specifica nella gestione vincente del punto vendita? Come fare a capire che differenze passano fra le aziende di successo e quelle che sopravvivono nella mediocrità? Vorremmo provare a rispondere a queste domande durante due incontri

che terremo nel corso di GaMe, affrontando il progetto della futura serra e i temi della gestione finanziaria. Secondo il libro "Alla ricerca dell'eccellenza – lezioni dalle aziende meglio gestite" di **Peters e Waterman**, rispondere a queste domande è invece abbastanza facile.

Sono otto gli elementi in comune che contraddistinguono le imprese vincenti:

- Le aziende "eccellenti" hanno l'elasticità e l'abilità necessarie per riconoscere i bisogni di un ambiente che cambia.
- Agiscono con un orientamento al contatto con il cliente.
- Mantengono la flessibilità con strutture semplici e piccoli staff.
- Incoraggiano la sperimentazione.
- Lasciano autonomia per promuovere l'imprenditorialità.
- Riescono a ottenere livelli di produttività straordinari con il coinvolgimento dei collaboratori.
- Si concentrano sull'attività che conoscono meglio e su un particolare valore aziendale (per esempio lo sviluppo di nuovi prodotti, il servizio al cliente).
- Sono al tempo stesso rigide e flessibili nei controlli.

Strumenti per nuovi imprenditori

Dalle parole ai fatti il passaggio non è però sempre facile e occorre individuare un modello che consenta a chi deve prendere decisioni di avere tutti gli strumenti necessari a costi e con tempi accessibili. Partendo dal presupposto che non si può risolvere tutto in una sola volta ma si deve partire dalle priorità, ho cercato di focalizzare l'attenzione su due temi ben precisi:

1. **Il cassetto vuoto:** nonostante l'aumento del fatturato, la tensione finanziaria cresce e occorre dotarsi degli attrezzi necessari per capire la propria situazione e prendere provvedimenti. Comprendere cosa fare per avere il polso della gestione finanziaria del punto vendita.
2. **La produttività delle piante non aumenta** e quindi i costi crescenti dello spazio non trovano una copertura adeguata. Come far aumentare il fatturato della serra? Come migliorare il marketing di prodotto? Come cambiare lo spazio e la relazione con il cliente?

Si tratta di temi che coinvolgono almeno tre dei punti chiave per un'azienda di successo individuati da Peters e Waterman: cambiare in base ai bisogni, orientarsi al cliente, incrementare i valori di produttività e quindi il riempimento del cassetto.

La serra digitale

Per reinventare un settore dobbiamo comprendere prima la dimensione del cambiamento e poi costruire una nuova visione: da un mondo analogico a un mondo digitale, dove far convivere armonicamente proposte di gamma diverse, orientate a chi compra e non a chi acquista. **Nella serra *analogica* si collocano le piante in base alle loro caratteristiche e ai gusti di chi acquista: si tratta quindi quasi sempre delle stesse referenze, anche a detta di aziende fornitrici primarie.** Gli spazi sono organizzati in base alla tradizione e alle esigenze specifiche, con piante ben irrigate e alla luce ma che non si evidenziano, non seducono e non si vendono.

Occorre superare la cultura del passato e lavorare digitalmente sui numeri, sia quelli dei clienti (come e cosa acquistano) sia quelli della gestione. L'obiettivo è aumentare la produttività attraverso una nuova interpretazione della attività di gestione delle categorie: *cross selling*, stagionalità, scala dei prezzi, display ordinario ed extra display, esperienzialità, profilazione dello spazio e percorso commerciale. Ogni concetto è un pezzo del puzzle che concorre alla formazione del quadro finale. **Serra digitale è un progetto di revisione del format della serra destinato agli addetti ai lavori,** per cambiare la "cassetta degli attrezzi" focalizzando l'attenzione sui particolari che fanno vendere di più, come la capacità di ambientare ed essere creativi associata alla facilità di manutenzione e gestione del reparto e la capacità di valorizzare al meglio le idee e il prodotto. Per garantire produttività e ritorno economico occorre una gestione moderna e corretta delle categorie di piante e dei relativi prodotti complementari, per offrire la risposta giusta ad ogni cliente adottando una presentazione multi-relazionale basata su regole facilmente adottabili da tutti. **La produttività dell'area piante è una condizione essenziale per la sostenibilità del garden del futuro.**

Dalla produttività della serra al rendiconto finanziario

Quanto costa lo spazio occupato dalla serra? Quali sono i costi diretti e come posso controllarli? Cosa posso fare se la serra mi costa di più di quanto non renda? Il merchandising e il micro marketing sono indirettamente a servizio del piano finanziario. Ma il miglioramento delle prestazioni di vendita deve essere letto attraverso precisi indicatori e tradotto non solo nella formula quanto guadagno, ma anche *quando* guadagno e quando copro i costi. Credo che già ieri fosse

difficile lavorare senza un budget di tesoreria, senza comprendere la fragilità e criticità finanziaria della propria impresa.

Oggi, però, affrontare il futuro senza il controllo delle finanze aziendali rappresenta una grave debolezza. **I dati sono una risorsa strategica e la debilitazione dei flussi di cassa è sempre più diffusa tra i garden**, che non arrivano a coprire gestione corrente e investimenti, limitando fortemente l'evoluzione e lo sviluppo. Abbiamo quindi pensato a un modello pratico e ci siamo chiesti che cosa non può non sapere l'imprenditore moderno riguardo a questi argomenti: da qui l'organizzazione di un incontro che vuole essere pratico, per tornare in azienda e capire lo stato della situazione finanziaria. **Comprendere cosa funziona bene e dove invece migliorare è il primo passo per un punto vendita in grado di creare le condizioni di crescita e di cambiamento.**

Argomenti di grande attualità a cui si lega anche la gestione fiscale. **Ne parleremo a GAME Gardening Meeting**, un'occasione importante per confrontarsi e comprendere come due temi apparentemente distanti siano, nei fatti, fortemente interconnessi: il progetto della serra digitale e la produttività della serra commerciale del futuro diventano o un fattore di crescita o una debolezza che toglierà al garden l'identità che oggi vuole promuovere.

GAME GARDENING MEETING si terrà all'interno di **Myplant & Garden** dal 21 al 23 febbraio. L'ingresso a **GAME** è gratuito ma è obbligatoria l'iscrizione.