



Corso di formazione

IN MODALITA' STREAMING (*)

L'attività del Credit Manager nel nuovo contesto

corso avanzato

mercoledì, 7 ottobre 2020 – Ore 9.30

IL CORSO

I cambiamenti recentemente intervenuti impongono un profondo ripensamento nelle modalità di interazione con la clientela anche per quanto riguarda il rischio sul credito.

L'analisi del rischio dovrà essere svolta su due piani, quello dei settori di appartenenza dei clienti e quello specifico di ciascuno di essi.

Quali impatti l'epidemia ha provocato nelle supply chain, di vendita e di acquisto, dei vari gruppi di clienti? Come ciascun cliente ha reagito? Quali le sue risorse umane e finanziarie?

Il bilancio 2019 quanto è rappresentativo dell'attuale situazione? Dipende, ma sicuramente il contesto operativo sarà più rischioso.

Obiettivo del corso è "fortificare" le competenze del Credit Manager per muoversi in un contesto in cui le competenze strettamente tecniche non sono più sufficienti.

Docente

Mario Venturini

Laureato in economia e commercio ha iniziato la sua attività nel settore bancario e successivamente nell'industria negli ambiti dell'amministrazione, finanza e controllo.

Dal 1989 svolge attività di formatore focalizzata sui temi della finanza aziendale, della gestione del credito e più in generale della cultura amministrativa e finanziaria.

A questa attività si affianca quella di consulenza rivolta alle PMI industriali e commerciali negli ambiti propri della finanza, amministrazione e controllo. E' iscritto alla Camera Arbitrale Fondazione dei Dottori Commercialisti di Milano in qualità di mediatore.

SC Sviluppo Chimica

SC Sviluppo Chimica S.p.A. è una società di servizi costituita ed interamente controllata da Federchimica. L'obiettivo di SC è di favorire e di sostenere la competitività dell'Industria Chimica, contribuendo a creare valore aggiunto sostenibile, producendo pubblicazioni, software gestionali, corsi di formazione per le Imprese Chimiche e per i settori utilizzatori di prodotti chimici.

PROGRAMMA

Ore 9.30 – 13.00

Valutare il nuovo contesto macroeconomico

- criteri per creare dei cluster della clientela
- le fonti informative sui trend macroeconomici
- sinergie con altri uffici aziendali

Le fonti informative interne

- contabilità e statistiche interne
- informazioni raccolte da clienti, fornitori e concorrenti

Le fonti informative esterne

- report società di informazione commerciale
- affidabilità dei bilanci del cliente e indici utili al Credit Manager
- dati di mercato

Come integrare le fonti interne ed esterne per ottenere una visione d'insieme sia dell'andamento del mercato sia dello specifico cliente

Ore 14.00 – 17.30

La definizione del fido del cliente

- come valutare l'efficacia degli strumenti di monitoraggio
- come valutare l'affidabilità dei criteri adottati per misurare il livello di rischio del cliente
- criteri base per la determinazione del fido del cliente
- gli strumenti di riduzione del rischio sul credito

Esercitazioni su casi pratici presentati dai partecipanti

Il reporting e l'analisi delle performance

- verso le funzioni aziendali
- verso clienti ed agenti commerciali

(*) Il link per la connessione online verrà comunicato all'indirizzo di posta elettronica degli iscritti

