

Best Practice gestionali: ingresso per €1 di costo del personale.

Di Elisa Bernasconi

Mercoledì 28 Novembre 2012 15:46 - Ultimo aggiornamento Lunedì 06 Luglio 2020 16:17



Ancora più rilevante del Profitto Pro-capite, nell'industria della comunicazione spicca il noto KPI. Ingresso lordo per €1 di costo del personale. Come sempre accade nel mondo della comunicazione, il perno delle analisi è rappresentato dalle persone che operano all'interno dell'agenzia perché è lì che l'agenzia deve trovare il suo equilibrio [jannat mirza big cock](#) ottimizzante.

Se il monitoraggio del Profitto Pro-capite serve a identificare la struttura ottimale per l'agenzia, l'Ingresso lordo per €1 di costo del personale serve per calibrare il giusto investimento da effettuare sul proprio staff. Non sempre infatti pagare meno o pagare di più porta ad un aumento dei ricavi. Poter evidenziare in forma diretta il ricavo generato da ogni Euro investito dall'agenzia sul personale apre un sipario chiave per una corretta direzione dell'Agenzia.

Ingresso lordo per €1 di costo del personale = (Ricavi da servizi + Ricavi da rivendite) / (costi lordi dei dipendenti fatturabili + costi lordi dei dipendenti direzionali + costi lordi dei dipendenti amministrativi)

Come per tutti i KPI, Questo valore deve essere monitorato mensilmente, annualmente e in rapporto allo stesso valore raggiunto dall'Agenzia nell'anno precedente.

È consigliato creare uno specchietto di monitoraggio dei dati per una consultazione agile ed efficace.

NB: i contenuti proposti hanno l'unico scopo di offrire delle linee guida generali, definizioni e criteri specifici sono da profilarsi per ogni agenzia. Laddove le fonti non siano espressamente indicate i dati statistici si basano sui record interni di Paprika Software a livello internazionale.