

LA DIGITALIZZAZIONE DELLO STUDIO PROFESSIONALE

Prezzo: **Prezzo di listino**
30,00 € **Prezzo a te riservato**
28,50 €



Codice	9788868248130
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	23 ott 2020
Reparto	Fisco, Informatica, LIBRI
Argomento	Societario
Autore	Barberi Diego, Braga Robert, Teofoli Cristina
Editore	Seac

Descrizione

Oggi la tecnologia, ed in particolare la communication technology, è pervasiva in tutti gli aspetti della nostra vita; chiunque usa quotidianamente uno smartphone per cercare informazioni e mettersi in contatto con gli altri. È ancora possibile ignorare i principali canali di comunicazione che vengono utilizzati senza rischiare di essere esclusi dal gioco?

“Passare al digitale” quindi non significa semplicemente acquistare tecnologia hardware e software; occorre rivedere consuetudini comportamentali e procedure operative, condividere gli obiettivi, formare le persone dello studio, ri-organizzare la comunicazione con la clientela (documentale e di semplice contatto), ridisegnare le priorità assecondando le esigenze di breve periodo avendo però chiari gli obiettivi di sviluppo del business a medio e lungo termine.

Così facendo, si riuscirà a “piegare” a proprio vantaggio il digitale e la proposizione di nuovi servizi sarà più semplice, efficace ed efficiente. Le nuove “esigenze digitali” della clientela, oggi “bombardata” da più parti anche da promesse di business spesso fuorvianti, saranno soddisfatte.

L’elaborato affronta quindi la c.d. “digital disruption” in ottica organizzativa spiegando perché è necessario cambiare e quali sono i fattori critici che possono portare al successo passando dall’analisi dei nuovi strumenti che l’evoluzione digitale propone, sfruttandoli a proprio vantaggio. E senza dimenticare la sicurezza dei dati e i possibili impatti per la tutela della privacy.

Struttura del Libro

Il viaggio dell’innovazione

1. Definizione e ambiti

1.1. Il processo di innovazione

1.2. Le tipologie dell’innovazione

1.3. Le dimensioni dell’innovazione

1.4. Il modello di Henderson e Clark

2. La tecnologia

2.1. Tecnologia e innovazione tecnologica

2.2. Tecnologia e impresa

2.3. Dinamica evolutiva della tecnologia

2.4. Discontinuità tecnologiche

3. Adozione della tecnologia da parte del mercato

3.1. La curva di adozione da parte del mercato

3.2. La teoria del “burrone” nella curva di adozione della tecnologia

Il nuovo ciclo di vita dell'innovazione

1.Big Bang Disruption

2.Disruptive Technologies vs Disruptive Innovation

2.1.Identikit del disruptor

2.2.Il dilemma dell'innovatore

2.3.Il modello di business – analisi e strategia

Impatto dell'innovazione nei modelli di business

1.Il processo di digitalizzazione

1.1.Analogico vs digitale

1.2.Le caratteristiche di una struttura digitale

1.3.Il significato della digitalizzazione aziendale

1.4.L'importanza di una strategia ben definita

1.5.Le caratteristiche della soluzione digitale per l'azienda

1.6.Analisi dei costi e dei vantaggi

2.Digital transformation

2.1.Lo scopo della digital transformation

2.2.Le fasi della digital transformation

2.3.Le aree della digital transformation

2.4.Il progetto di digital transformation

2.5.Gestione dell'innovazione di digital transformation

2.6.Il grado di cambiamento vs digital transformation

2.7.Analisi evolutiva: digitalizzazione vs digital transformation

3.Le competenze alla base della digital transformation

4.Cosa sono le competenze digitali

4.1.Digital Hard Skill

4.2.Digital Soft Skill

L'innovazione nell'evoluzione della professione

1.La storia e le sue radici

2.Relazione tra imprese e professionisti

3.Le indagini della fondazione nazionale commercialisti

4.I nostri giorni

5.Conclusioni

La necessità del cambiamento

1.L'IT come elemento pervasivo della vita quotidiana

1.1.I trend dell'IT

1.2.L'effetto dei trend IT sul business

2. Il processo di cambiamento

2.1. La missione: scegliere verso quale direzione andare

2.2. Le competenze: sviluppo del team

2.3. Le trappole da evitare

2.4. Come partire

3. Generare una ambizione collettiva

3.1. Come generare una ambizione collettiva

3.2. Conclusioni

Fattori critici di successo e modelli di business

1. Il business visto come soddisfare i bisogni dei clienti

2. Un nuovo modello di business

2.1. Disruptive innovation

2.2. I sei elementi del successo

3. La Value Proposition

3.1. La formula del profitto

3.2. Risorse chiave

3.3. Processi chiave

3.4. La value proposition di uno studio professionale

La nuova struttura organizzativa

1. Un cambiamento a tutti i livelli dell'organizzazione

1.1. Sistema informativo – Cos'è?

2. I quattro elementi della struttura organizzativa

2.1. Effetto combinato dei quattro elementi

2.2. I possibili scenari

3. Il cambiamento della struttura organizzativa

3.1. Automatizzazione

3.2. Informatizzare

3.3. Trasformare

4. Gestire gli investimenti in innovazione digitale

5. Conclusioni

La comunicazione che cambia con il cliente

1. Il flusso documentale in entrata

1.1. La documentazione consegnata a mano

2. Il flusso documentale in uscita

3. L'architettura di base

4. Un unico punto di comunicazione

5. Le reticenze della clientela (...o dello studio?)

La firma elettronica che azzerava la carta

1. Le varie tipologie di firma elettronica

1.1. Firma elettronica (semplice)

1.2. Firme elettroniche avanzate, qualificate e digitali

2. La firma dei documenti quando impossibilitati alla stampa

3. La firma digitale come "alleato" organizzativo

4. L'identità digitale

4.1. L'identità SPID – Sistema Pubblico di Identità Digitale

4.2. I tre livelli di identità digitale

4.3. I servizi a cui si può accedere tramite SPID

4.4. L'identità digitale per uso professionale

4.5. L'efficacia della firma SPID attuata dalle nuove linee guida

4.6. Le caratteristiche della firma elettronica con SPID

4.7. La circolarità della firma SPID e la "centralità" dell'utente

4.8. Le possibili applicazioni della firma con SPID

4.9. I vantaggi della firma SPID per i professionisti e le imprese

4.10. La firma SPID ed il processo totalmente digitale

L'organizzazione digitale degli archivi di studio

1. Le possibili strade

2. Gli strumenti indispensabili

3. Pianificatore del lavoro quotidiano

4. Gli "obiettivi" per uno studio digitale

4.1. Obiettivo scrivania pulita e armadi vuoti!

4.2. Gli archivi digitali: "imposti" o "facoltativi"?

5. La tenuta "informatica" dei libri e registri contabili

5.1. La tenuta "digitale" dei libri e registri contabili ai sensi dell'art 2215-bis del Codice Civile

5.2. Delegato del responsabile della conservazione

5.3. La deregulation imposta

5.4. Conclusione

6. Contratti e documenti informatici

6.1. Documenti informatici nell'attività dello studio professionale

7. La documentazione fiscale solo digitale è possibile?

7.1. Premessa

7.2. La documentazione fiscale digitale

8. Le fatture, i corrispettivi e i documenti di trasporto

8.1.Premessa

8.2.Le fatture elettroniche

8.3.I Corrispettivi telematici

8.4.I documenti di trasporto

8.5.Gli ordini elettronici

Formazione e consapevolezza

1.La “condivisione” e la “uniformità” comportamentale

1.1.Tabella 1 - Esempio di procedura per archiviazione ordinata (e condivisa) dei file

1.2.Tabella 2 - Esempio di istruzione comportamentale

1.3.Tabella 3 - Fac-simile di foglio excel di protocollo

1.4.Tabella 4 - Esempio di istruzione comportamentale – utilizzo e-mail

1.5.Tabella 5 - Esempio di istruzione comportamentale – utilizzo programmi gestionali

1.6.Tabella 6 - Esempio di verbale di incontro/riunione

2.La formazione quale chiave di svolta

I nuovi servizi a valore aggiunto e le opportunità di business

1.Il nuovo “punto di riferimento” (anche digitale) per il cliente

2.I nuovi sbocchi professionali digitali

2.1.Consulenza per la riorganizzazione amministrativo-documentale

2.2.Consulenza su dematerializzazione ed implementazione di processi di fatturazione elettronica e conservazione digitale di libri e registri contabili

2.3.Attività di audit nella verifica e certificazione dei processi di fatturazione elettronica e conservazione digitale a norma

2.4.Consulenza fiscale su benefici da investimenti industria 4.0

2.5.Responsabile della conservazione digitale a norma

2.6.Reportistica su app

2.7.E-commerce e mobile commerce

2.8.Valorizzare i dati

2.9.Conclusione

Sicurezza informatica

1.La gestione della sicurezza informatica

1.1.Identificazione e mitigazione dei rischi

1.2.Minacce interne

1.3.Minacce esterne

2.Difendersi dalle minacce

2.1.Gestione delle password

2.2.Precauzioni contro virus e malware

2.3.Dispositivi esterni

2.4.Backup e ripristino

3.Consigli per lo smart working

3.1.Linee di comportamento da seguire quando si lavora da remoto

3.2.Conclusioni

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

