



ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPRESE DI
COSTRUZIONE E MANUTENZIONE ASCENSORI

UN'IMPRESA PROATTIVA PER UN MERCATO IPER-COMPETITIVO

Venerdì, 11 maggio 2018

Al suo posto Dvd e «chiavette». L'esperto: «È diventato una curiosità storica»

Floppy disk, fine di un'era Rivoluzionò gli anni '80 adesso finisce in pensione

L'annuncio: stop alla produzione, è fuori mercato

Dalla scheda perforata alle chiavette

Le modalità di memorizzazione dei dati sono cambiate grazie alle nuove tecniche di miniaturizzazione e alle nanotecnologie. Dalle prime schede perforate siamo arrivati ai Dvd che contengono 50 gigabyte di dati. Oggi il floppy è obsoleto



LA SCHEDA PERFORATA

Nelle generazioni di computer fino agli anni '70 le schede perforate hanno rappresentato l'unico supporto per l'immagazzinamento e il trattamento dei dati



IL FLOPPY

Verso la fine degli anni '70 e nei primi anni '80 la scheda perforata è stata sostituita lentamente dai floppy disk da 5 pollici che contenevano al massimo 720Kb di dati



LE CHIAVETTE USB

Molto diffuse per immagazzinare e trasferire dati sono le chiavette: simili a piccole penne, si inseriscono nelle porte Ueb di computer e palmari



IL CD

Sulle soglie del 2000 la nuova frontiera della memorizzazione di dati e immagini è il Cd, con una capacità di 650Mb, seguito dal Dvd che può contenere fino a 8Gb di dati. Oggi il supporto più competitivo è il Blue Ray Disk che contiene fino a 50 gigabyte



IL FLOPPY MODERNO

Successivamente le dimensioni del floppy si sono ridotte fino agli attuali, che hanno un diametro di 3,5 pollici, aumentando contemporaneamente la capacità di immagazzinamento dei dati

Custodia

Disco magnetico

Custodia

LO ZIP

**Il tasso di cambiamento raddoppia
ogni dieci anni**



**come possiamo sperare di prevedere cosa
accadrà nel prossimo futuro (decennio) se
sarà due volte diverso da oggi?**

Un'impresa proattiva

**Un'impresa che sa gestire eventi
e le conseguenze di eventi
che non si sono ancora manifestati**

PRO

- Suffisso antico derivante dal sanscrito, nella lingua greca significa:
 - Andare oltre, avanzare
 - Trarre fuori, previsione, profezia

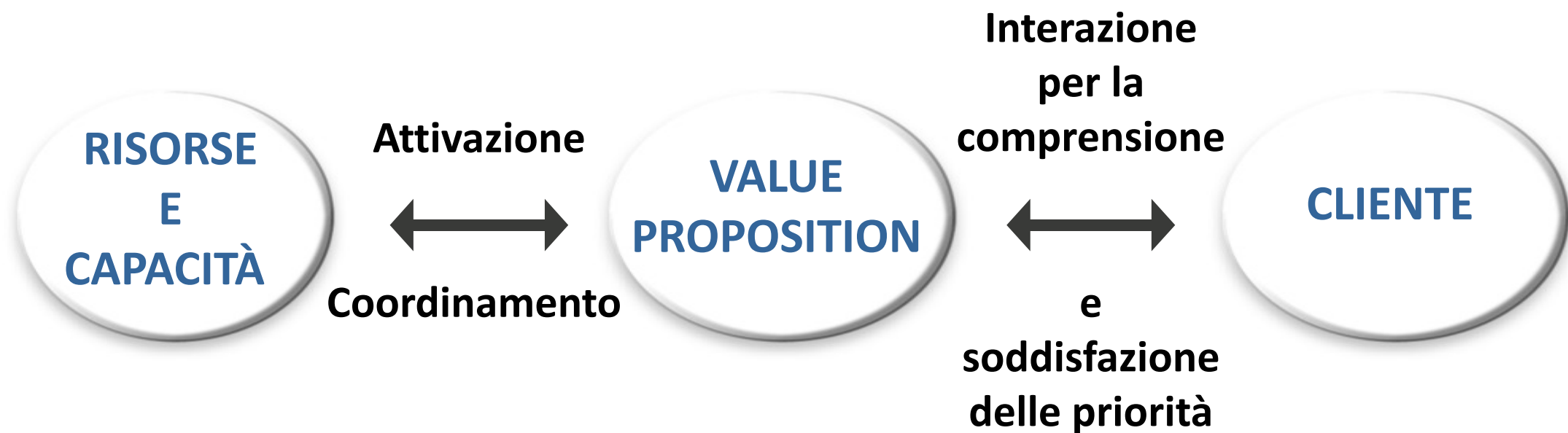
ATTIVA

- Derivante dal verbo latino ago-is-egi-actum-agere
 - Spingere in avanti, condurre innanzi, andare oltre

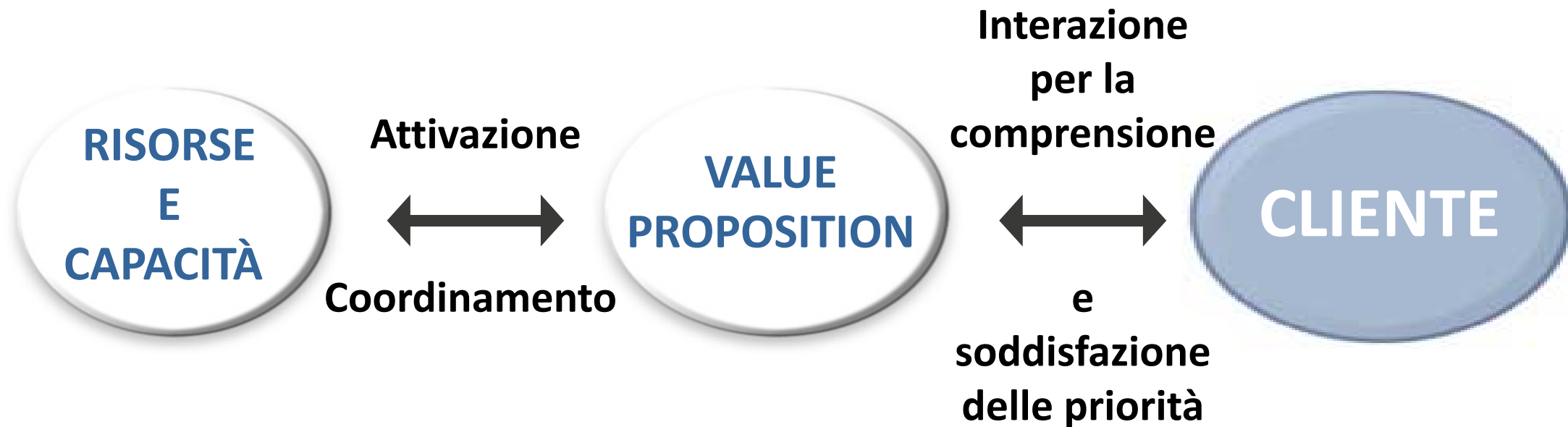
Un'impresa proattiva

**Un'impresa che sa governare
il presente mentre progetta
il suo futuro**

/ Il modello dell'impresa proattiva



/ Il modello dell'impresa proattiva



**LE IMPRESE ESISTONO
SOLO PERCHÉ HANNO
UN CLIENTE DA SERVIRE**

PERCHÉ METTERE AL CENTRO IL CLIENTE?

**Perché il cliente garantisce
i nostri emolumenti**

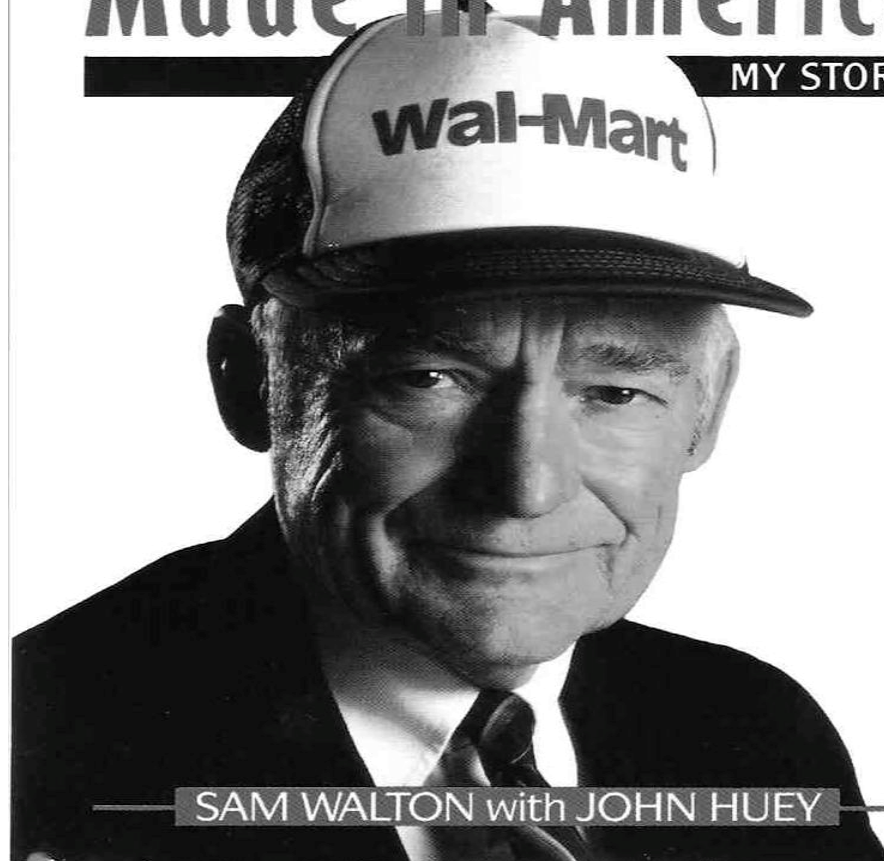
BANTAM BOOKS

"A sure-fire all-American success story."
—The New York Times Book Review

SAM WALTON

Made in America

MY STORY



SAM WALTON with JOHN HUEY

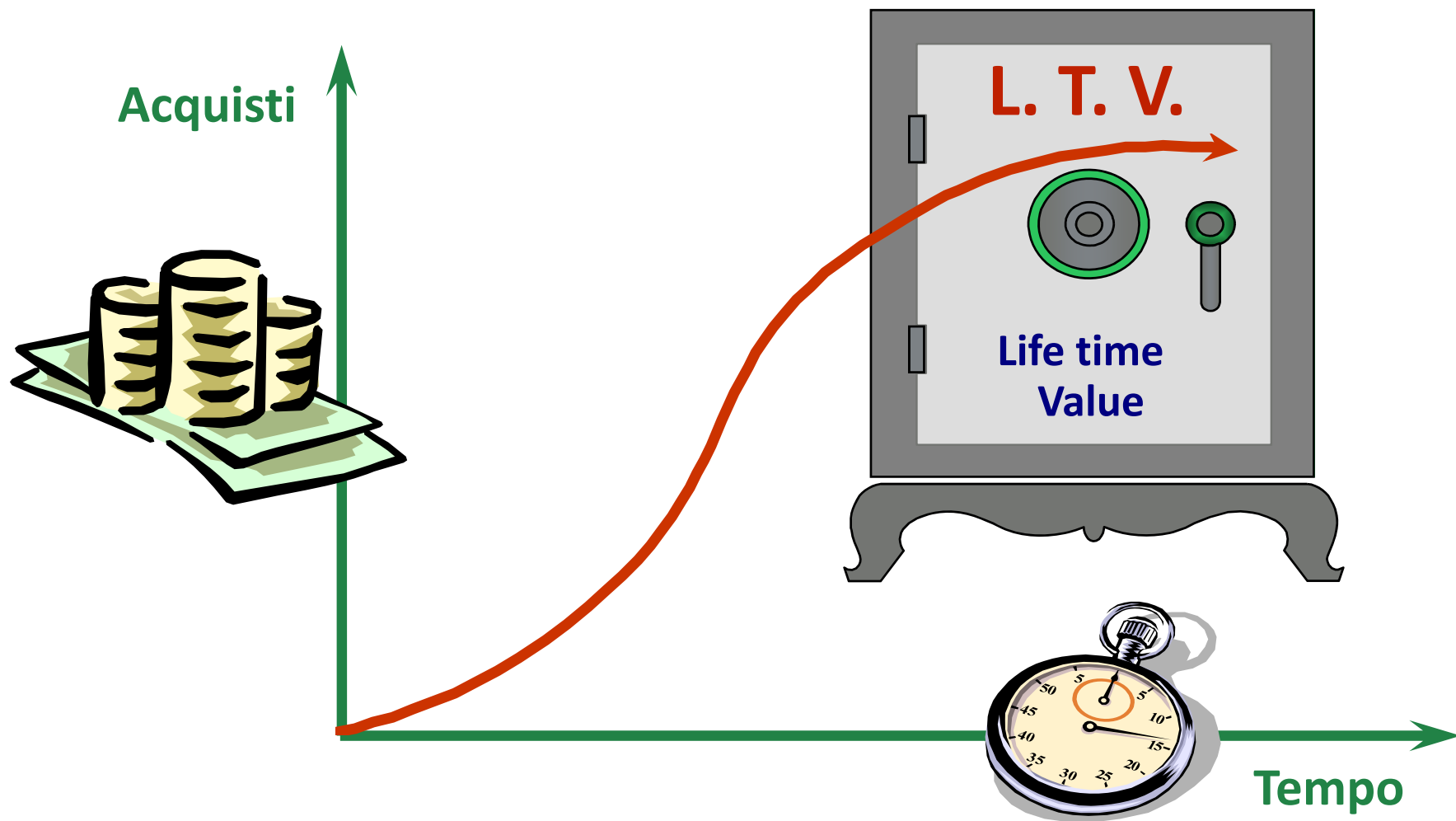
Sul ponte di comando di ogni impresa c'è solo il cliente, perché ha il potere di licenziare qualsiasi persona, dal presidente in giù, andando semplicemente a spendere i suoi soldi altrove.

Sam Walton, Fondatore di WalMart

PERCHÉ IL CLIENTE AL CENTRO?

Customers
are where money
comes from

/ Il Life Time Value



**SE L'IMPRESA DEVE
GENERARE VALORE LA FONTE
SONO I SUOI CLIENTI**

/ Il valore dell'impresa dipende dai suoi clienti

**Il futuro dell'impresa, le sue possibilità
di sviluppo e i suoi risultati
economico-finanziari
dipendono solo dai
SUOI CLIENTI**

- **Il valore futuro di un'impresa dipende quindi dalla sua capacità di:**
 - **acquisire nuovi clienti**
 - **sviluppare la redditività dei clienti in portafoglio**
 - **mantenere le relazioni con la clientela acquisita, fidelizzandola**

IL CULTO DEL CLIENTE

**È espresso dall'atteggiamento delle persone
e dai loro comportamenti**

**È ciò che separa i veri vincitori dai perdenti
nella gara per la leadership del mercato**

**Un cliente soddisfatto
è la migliore difesa
nei confronti della concorrenza
I nostri clienti sono soddisfatti?**

/ Un produttore di trattori cercò di convincere la Ferrari ad apportare dei miglioramenti incrementali alle sue straordinarie auto ma non ebbe successo

Cosa poteva insegnare un produttore di trattori?

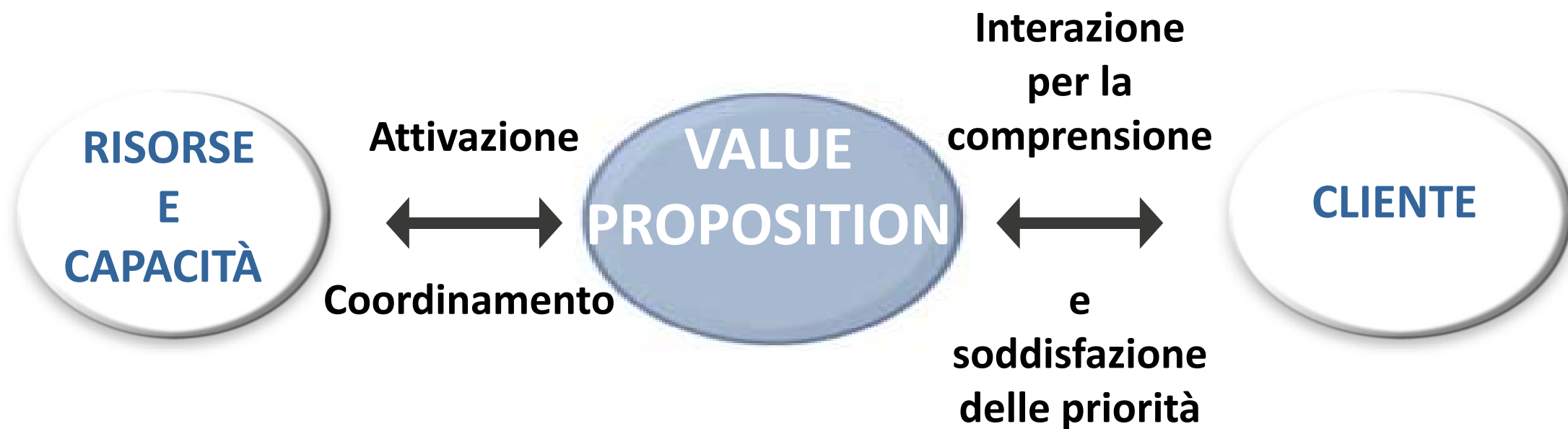


/ Ferruccio Lamborghini costruì da solo un trattore diverso che lasciò la Ferrari in una scia polverosa ad oltre 320 km



**Se non si ascolta il cliente si può rischiare di perderlo
e perdere il valore che rappresenta**

/ Il modello dell'impresa proattiva



COME CAMBIA LA VALUE PROPOSITION

Dall'offerta di un prodotto /servizio



all'offerta di un risultato/beneficio

COME CAMBIA LA VALUE PROPOSITION

Dalla performance del prodotto



all'esperienza del cliente

**Le storie di successo sono quelle
che stimolano il cliente ad esclamare:**

**“non crederete mai cosa
hanno fatto per me”**



Un pesciolino rosso può catturare l'attenzione dei nostri clienti?



RENDERE IRRESISTIBILE L'ESPERIENZA DEL CLIENTE



TOUCH POINT E CUSTOMER EXPERIENCE

- Cosa sta sperimentando il cliente?
- Quali problemi sta riscontrando?
- Cosa li delizierebbe?
- Cosa potremmo fare subito?
- Come potremmo migliorare la loro esperienza?

**QUALI ESPERIENZE
IRRESISTIBILI
POSSIAMO CREARE
PER I NOSTRI CLIENTI?**



WOW PHILOSOPHY

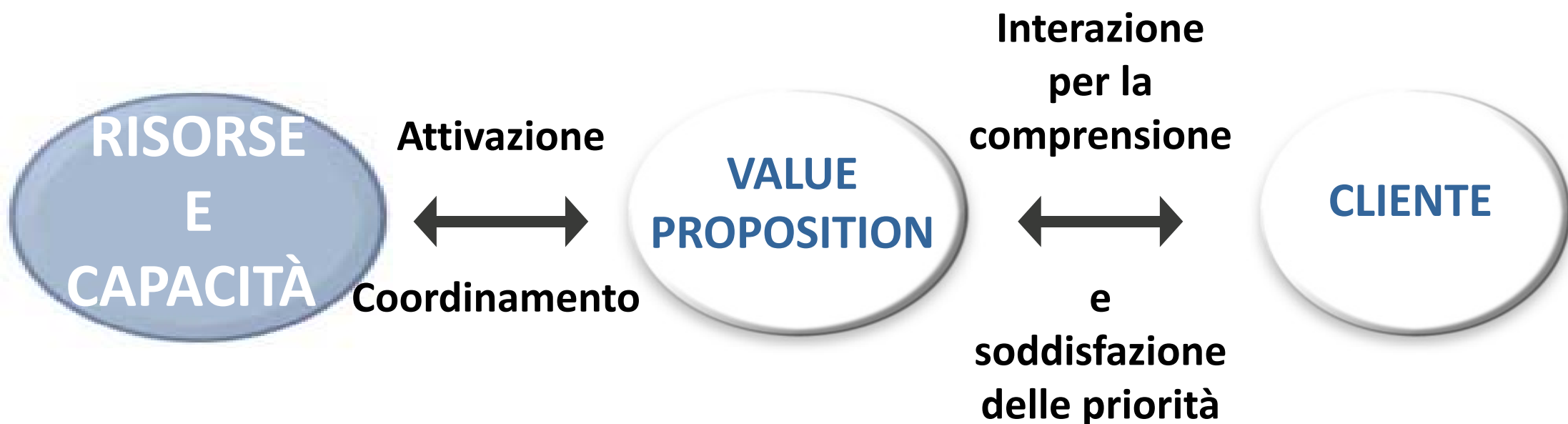


MAGIC TOUCH POINT

Migliorando costantemente l'esperienza della clientela :

- 1. il tasso di abbandono si riduce del 2-3% annuo**
- 2. i ricavi possono crescere del 10-15%**
- 3. i costi invece decrescono del 15-20%**

/ Il modello dell'impresa proattiva



IL VERO PROBLEMA NELLA
CONCORRENZA ESTREMA NON È PIÙ

DOVE combattere

MA

COME combattere

La nuova concorrenza non è
una concorrenza tra prodotti e servizi ma
una gara tra le imprese per sviluppare le

CAPACITÀ MARKET DRIVING

necessarie per migliorare l'impresa di oggi e
progettare quella di domani

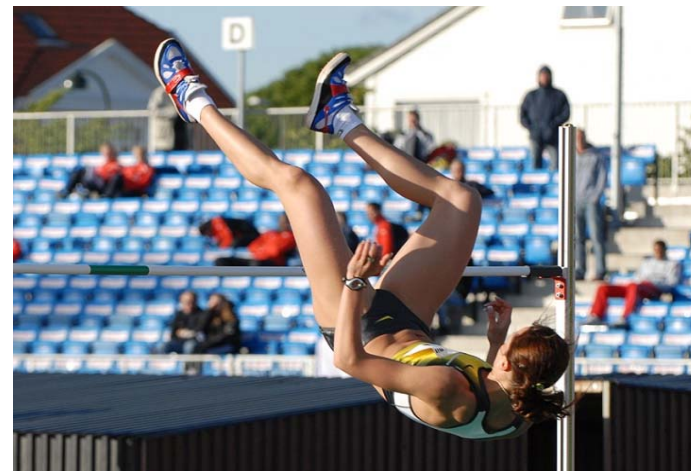


**L'innovazione è come la
bicicletta, per avanzare
deve costantemente
muoversi**

Salto ventrale (1978 – 2,35 mt)



Salto Fosbury (1993 – 2,45 mt)



Salto costale (1912 – 2,01 mt)



Salto forbice (1895 – 1,97 mt)



ENTRATA PRINCIPALE

**TUTTI I LIBRI
AL 50%**



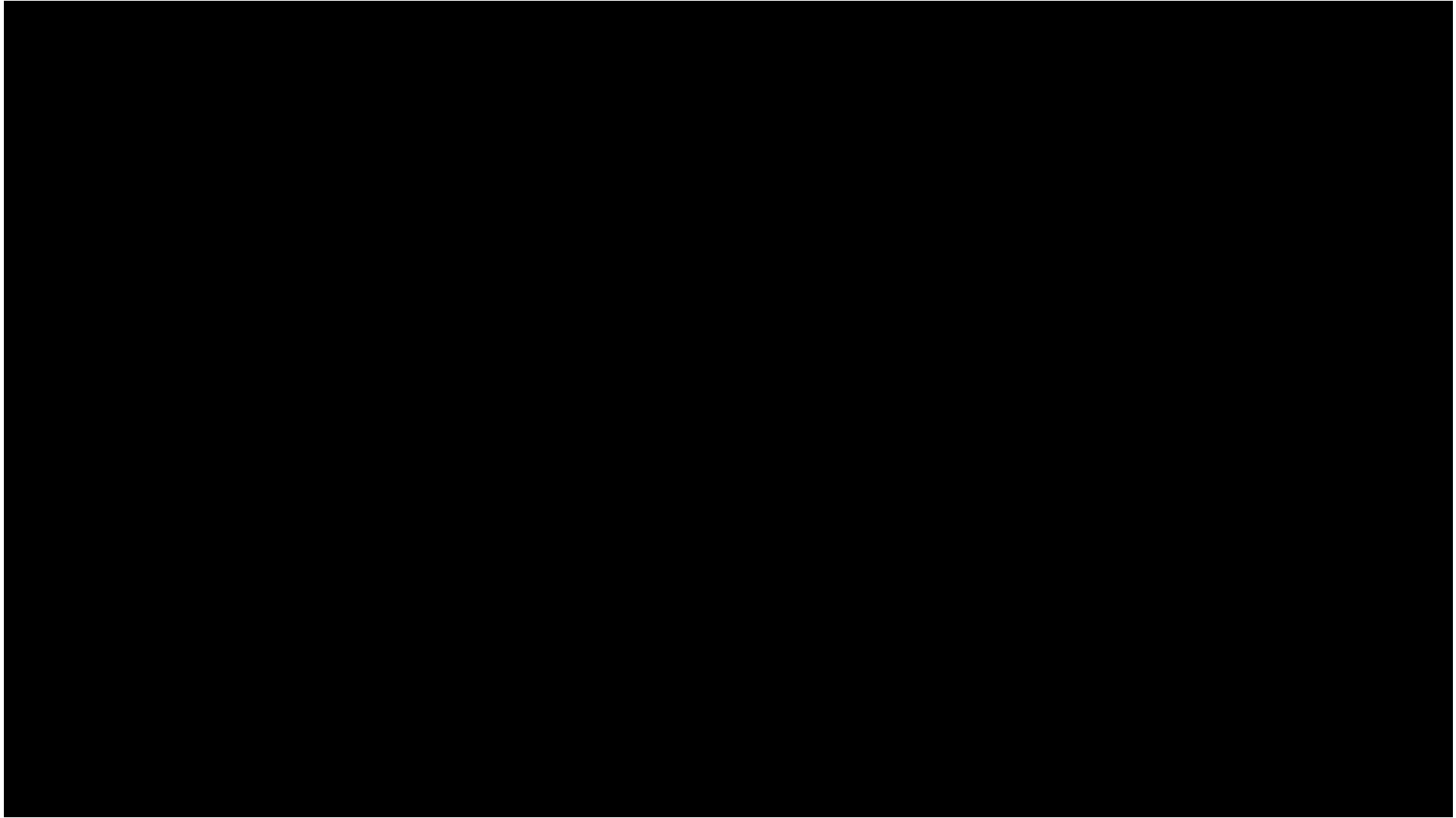
**SCONTI
AL 60% E OLTRE**





**L'ENERGIA ELETTRICA
NON È NATA
DAI MIGLIORAMENTI
CONTINUI CHE VENNERO
APPORTATI ALLE CANDELE**

INSIEME FA LA FORZA



**Mettersi insieme è un inizio,
rimanere insieme è un
progresso,
lavorare insieme un successo**

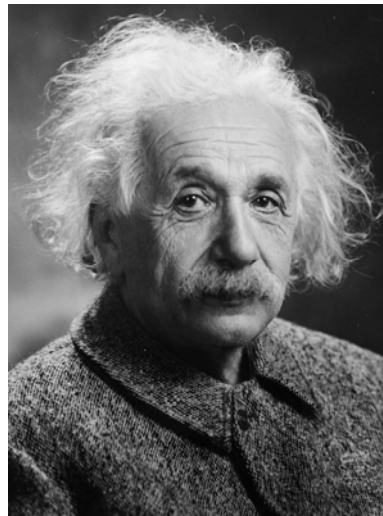
Henry Ford

/ Noi siamo angeli con una sola ala



**Possiamo quindi volare
solo abbracciati gli uni agli altri**

Non possiamo risolvere i nostri problemi con lo stesso pensiero che abbiamo sviluppato per crearli



Albert Einstein

Abbiamo deciso di andare sulla luna e di fare qualche altra cosa non perché siano cose facili ma perché sono difficili



JFK



Valdani Vicari & Associati



Valdani Vicari & Associati
BUSINESS CONSULTING



Valdani Vicari & Associati
EXPERT OPINION



Valdani Vicari & Associati
MARKET RESEARCH



Valdani Vicari & Associati
ECONOMICS & POLICY



INDIGO

MILAN

Palazzo Stampa di Soncino - Via Torino, 61
20123 Milano
Phone: +39 02 72733.1
Web: www.vva.it

BRUXELLES

Avenue des Arts 10-11
1210 Bruxelles
Phone: +32 2 2237926
Web: www.vva.it