



**I 2 SEGRETI
CHE DEVI SAPERE
PER VINCERE LE
SFIDE IN QUESTO
PARTICOLARE
MOMENTO**

RITORNA A GUADAGNARE

Competitivo come una Volta!

A cura di Maurizio Porta

I 2 SEGRETI CHE DEVI SAPERE PER VINCERE LE SFIDE IN QUESTO PARTICOLARE MOMENTO



Attualmente vedo un periodo molto positivo, non per tutti ma, mediamente parlando, noto clienti che stanno affrontando con molto coraggio le sfide del momento.

ECCO I 2 SEGRETI CHE DEVI SAPERE PER VINCERE!

1. STRATEGIA
2. SCALABILITÀ DEL BUSINESS

**SE STAI VIVENDO UN MOMENTO COMPLICATO,
SICURAMENTE HAI UN PROBLEMA IN UNA DI
QUESTE DUE AREE**

SE VUOI RISOLVERE IL TUO PROBLEMA....

....ALLORA SEGUIMI, PERCHÉ IO, SO COME FARLO!

SEGRETO 1: STRATEGIA

Al giorno d'oggi i tuoi concorrenti possono copiare il tuo prodotto in modo veloce. Il segreto è di strutturare il tuo "valore aggiunto" non nel prodotto, ma nella STRATEGIA.

Perché sono arrivato a questa conclusione?

Perché la tua STRATEGIA se ben impostata, è una macchina da guerra difficilmente copiabile!

Il prodotto te lo copiano molto più facilmente.

**SE IMPOSTI UNA STRATEGIA EFFICACE,
I TUOI CONCORRENTI ANDRANNO IN TILT!**

Visitando molte aziende noto una grossa differenza di STRATEGIE, aziende che alla richiesta del mercato di fornire piccoli/medi lotti hanno reagito lamentandosi,

o aziende che hanno strutturato una STRATEGIA molto EFFICACE.

Queste aziende hanno cambiato il loro modello di business, ovvero prima erano orientate a rispondere a grandi lotti attraverso l'utilizzo di macchine Transfer.

SE IMPOSTI UNA STRATEGIA EFFICACE, I TUOI CONCORRENTI ANDRANNO IN TILT!

Ora hanno capito che rispondere ai piccoli/medi lotti è diventato un modo per far abboccare all'amo nuovi clienti!

Una volta catturati con i piccoli/medi lotti, poi, molto abilmente, li portano anche ad acquistare i lotti più grandi.

Come vedi la STRATEGIA così pensata è un modo programmato per catturare nuovi clienti e va al di là del prodotto stesso.

Infatti, il tuo prodotto diventa la STRATEGIA, ovvero non più quello che fai, ma COME LO FAI!

Al giorno d'oggi non puoi rivolgerti al mercato pensando di vendere subito il tuo prodotto (back end). Devi avere un prodotto "calamita" (front end) per attirare a te clienti. Il prodotto front end non è MAI il prodotto con il quale tu marginalizzi.

Per farla semplice è come se tu chiedi ad una ragazza:

"Posso parlarti 2 minuti per capire se mi vuoi sposare?"

Troppo diretto!

Come sai si inizia da una chiacchierata, lo scambio dei numeri di telefono, i messaggi in Whatsapp, poi un aperitivo con tanto, tanto alcol per poi tentare di... no no scherzo... diciamo poi una cena e così via, fino a quando se si passano i vari step si arriva all'obiettivo finale che fin dal primo giorno avevi in mente. Il matrimonio (giusto per stare nel romantico...)

Se lasciamo la sfera personale e proviamo ad entrare in quella del business, per esempio, vediamo nel settore stampanti a getto di inchiostro, dove la stampante diventa prodotto di front end: non si marginalizza con quella, infatti la compri a 39.90€ mentre il prodotto di back end sono le cartucce di ricarica inchiostro a 49.90€ che vengono ordinate costantemente e nel tempo.

Oppure, ancora, molti operatori telefonici ti fanno avere il telefono in comodato d'uso (Gratis) con un piano abbonamento di 36 mesi, telefono front end, abbonamento back end.

Avere un prodotto di front end per arrivare al prodotto di back end è un modo strategico che, come vedi, va oltre il prodotto stesso!

Per questa ragione, aziende molto abili (sono poche) invece di lamentarsi dei piccoli/medi lotti richiesti dal mercato, hanno capito di trasformare questo problema in un'opportunità facendolo diventare un prodotto di front end.

Queste aziende innovative hanno iniziato a pubblicizzare il loro prodotto di front end, ovvero la produzione di piccoli/medi lotti, una mossa molto CONTRO INTUITIVA, a prima vista un suicidio. Nessuno vuole i problemi...

Infatti, la concorrenza è rimasta spiazzata, dopo poco, quando il nuovo cliente apprezzava il servizio di front end di piccoli/medi lotti. Solo dopo ha vincolato il proseguimento di questo servizio all'acquisto anche dei grandi lotti (back end) che anche tutti gli altri concorrenti offrivano, in modo da aumentare le quote di mercato.

Se questa azienda avesse offerto subito il suo prodotto di back end, non avrebbe avuto alcuna possibilità di acquisire il cliente, ma, grazie al prodotto di front end è poi arrivata a vendere anche il back end.

Teoricamente, utilizzando bene la contabilità industriale, puoi arrivare al punto di non marginalizzare o addirittura andare in perdita con il prodotto di front end per poi recuperare con quello di back end.

Perché ti ho raccontato questa storia di strategia aziendale?

Come prima cosa per darti uno spunto e uno stimolo a cambiare i propri modelli di Business. Solo pochi anni fa non serviva. Oggi devi avere delle STRATEGIE chiare per posizionare il tuo prodotto finale sul mercato.

Sono certo che nella categoria in cui operi, ci sono altre aziende come te e che fai molta fatica a far notare al cliente finale i tuoi punti di forza.

Facendo fatica a farlo notare, il cliente vede te e altri allo stesso livello e la cosa logica è che per lui (e lo faresti anche tu...) a parità di prodotto l'unica leva disponibile è il prezzo... e così ecco che si cade nella guerra del prezzo, e conosciamo tutti le relative conseguenze negative.

Riuscire a posizionarsi diversamente rispetto alla tua concorrenza avendo una strategia ti permette di avere un angolo d'attacco che altri non hanno, per cui pensare ad un prodotto di front end, per arrivare solo dopo al prodotto di back end ti posiziona diversamente e ti permette di non cadere nella guerra del prezzo perché non ti rendi comparabile agli altri.

Nella categoria in cui operi, ci sono altre aziende come te e fai molta fatica a far notare al cliente finale i tuoi punti di forza

Tutti noi **NON** vogliamo 2 cose: non essere comparati con altri nel nostro settore per non cadere nella guerra del prezzo e non avere a che fare con clienti senza soldi.

Come seconda cosa, se sei nel business della produzione di particolari a disegno tramite macchine TRANSFER la gestione dei piccoli/medi lotti potrebbe essere la tua **NUOVA STRATEGIA**.

Terza cosa, la più **IMPORTANTE**: devi sapere che con il metodo **FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA** che punta a produrre solo il venduto, senza fare magazzino, senza stress e per questo con più cash sul tuo conto corrente, potrai marginalizzare anche con il tuo prodotto di front end nel gestire i piccoli/medi lotti e mandare nel caos totale i tuoi concorrenti!!

QUESTO FUNZIONA SOLO SE SEI DISPOSTO A CAMBIARE, A NON DIRE: ABBIAMO SEMPRE FATTO COSÌ!

Il **METODO** ti permette non solo di marginalizzare, cosa molto importante nel conto economico dell'azienda, ma ti permette di restare più liquido grazie alla flessibilità e rapidità di riattrezzaggio per cui meno magazzino e più Cash sul conto corrente!

Sono arrivato alla conclusione che l'utile aziendale è sì importante ma è solo la teoria, il cash è la realtà!!

Lo so che molti non saranno d'accordo con questa mia visione, ma le bollette, gli investimenti li fate con l'utile o con il cash sul conto corrente?

Ovviamente bisogna capire di che cash stiamo parlando perché se il cash che hai è frutto solo di prestiti bancari, ovviamente è cash "cattivo".

Il più grosso ostacolo che spesso vedo è la resistenza al Cambiamento. Si vogliono ottenere risultati diversi, senza voler cambiare nulla.



Ma secondo te... se continui a comportarti nello stesso modo, quante possibilità avrai di ottenere risultati diversi?

La so... la so... la so....

ZERO!!

Se sei interessato a **CAMBIARE** approfondendo questo

tema, procurati il libro di oltre 220 pagine che parla del **METODO FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA** e dove troverai testimonianze di chi il metodo l'ha già applicato e sta ottenendo ottimi risultati!



Ecco il link per procurarti il libro:
www.libroflessibilitaproduttiva.com

ED ORA PASSIAMO AL SECONDO SEGRETO: SCALABILITÀ DEL BUSINESS

Oggi vedo aziende molto ben posizionate sul mercato ma con un problema di **SCALABILITÀ** del business.

Cosa voglio dire dicendo problema di scalabilità??

Il primo step è avere un prodotto/servizio ottimo da vendere sul mercato. Questo normalmente non è mai il problema, tante, tante aziende hanno dei prodotti eccellenti. Per questo ipotizzo che tu sia già in questa condizione.

Chiarito che hai un prodotto interessante da proporre la domanda che ti invito a farti è:

Il mio business è scalabile?

In termini generali, un business scalabile, è la sua capacità di crescere velocemente in base alla richiesta del mercato.

Nel business, avere ben chiare soluzioni scalabili, molto spesso determina il successo di un'azienda.

Semplificando: la domanda che ti devi fare è: in caso il mercato mi richiede 10, 100, 1000 volte il mio prodotto, riesco a fornire tale richiesta?

Principalmente questo esercizio fa venire alla luce i famosi colli di bottiglia, ovvero aree, reparti, fornitori, materie prime in cui è apparentemente impossibile sfornare di più perdendo la possibilità di fornire il mercato e automaticamente lasciare che altri (concorrenti) lo facciano.

Ultimamente mi è capitato di incontrare aziende che hanno individuato delle aree "collo di bottiglia" e

sono stato chiamato in causa per poter fornire delle soluzioni.

Ti faccio subito una premessa: questi “colli di bottiglia” sono emersi ad aziende che sono utilizzatori di centri di lavoro in batteria.

Si perché il concetto di scalabilità viene troppo spesso pensato verso l’alto, in realtà la scalabilità deve essere anche verso il basso.

Tutto funziona come il cambio manuale della tua auto: una buon gara di Rally o di Formula 1 ha bisogno di un cambio che vada verso le Marce alte, ma in certi momenti servono anche le Marce basse.

La gara la vince chi meglio utilizza il cambio sia con le marce alte che con quelle basse!

Ora passiamo a vedere come il METODO FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA racchiude in se un nuovo modello di business scalabile verso l’alto e verso il basso.

SCALABILE VERSO L’ALTO:

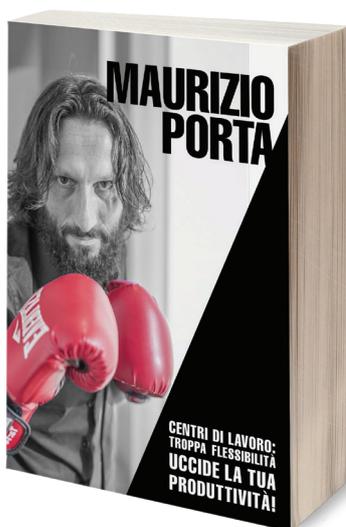
ricordiamoci ancora una volta la definizione di scalabile ovvero:

“la sua capacità di crescere o diminuire velocemente in base alla richiesta del mercato”

il METODO FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA, è un metodo per cui la Scalabilità verso l’alto la troviamo quando lo mettiamo in paragone con una batteria di centri di lavoro.

Se anche tu stai utilizzando centri di lavoro in batteria... allora ho qualcosa di interessante per te, perché conosco i 7 problemi che ti ritrovi in reparto e come questi ostacolano la scalabilità del tuo business!

Se vuoi scoprire tutto velocemente, procurati il mio nuovo libro: CENTRI DI LAVORO: TROPPIA FLESSIBILITÀ UCCIDE LA TUA PRODUTTIVITÀ



Ecco il link per procurarti il libro:

www.ritornaguadagnare.com

In ultima pagina troverai la testimonianza di chi ha già adottato questo Metodo!

Nel libro troverai come verso l’alto puntiamo a PRODURRE di più e in modo più EFFICACE, ovvero competitivo.

Ora se ricordi in questo articolo hai letto come il METODO FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA VIENE USATO SCALANDO VERSO IL BASSO nel modo opposto della PRODUTTIVITÀ.

Ricorderai come il METODO descriveva il vantaggio della FLESSIBILITÀ che puntava a produrre i piccoli/medi lotti marginalizzando anche con il prodotto di front end e permettendo di restare più liquido sul tuo conto corrente...

In questo caso ero stato chiamato da aziende che utilizzano macchine TRANSFER e avevano il problema dei piccoli/medi lotti.

Conclusioni:

Il METODO FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA è un modello di business scalabile verso il basso (libro 1) e verso l’alto (libro 2) non a caso il METODO l’ho battezzato con due parole: la prima, FLESSIBILITÀ, che appunto rappresenta la possibilità di scalare le marce della tua azienda verso il basso, e la seconda parola, PRODUTTIVA, che rappresenta l’opportunità di allungare le marce per prendere velocità di produzione!

Ora ti ho dato tutti gli elementi per capire come investire in modo che il tuo Business sia scalabile ricordandoti che:

Nel business, avere ben chiare soluzioni scalabili, molto spesso determina il successo di un’azienda.

... e che il CAMBIAMENTO è il maggior ostacolo che ti separa da un nuovo modello di Business VINCENTE!

In sostanza, affrontare e gestire il CAMBIAMENTO è la chiave per VINCERE!

Ora non hai più scuse, ti ho messo all’angolo, a te la scelta!

RISULTATI e non PRODOTTI...



Ognuno di noi vende un risultato.

O meglio, ogni nostro cliente compra da noi solo una cosa: **RISULTATI!**

Se questo non ti è chiaro, rischi di perdere l'obiettivo della tua impresa ed avere una visione sbagliata.

Prendi per esempio il mio caso. Solo quando ho capito che dovevo passare dal vendere il **PRODOTTO** al vendere il **RISULTATO** le cose hanno iniziato a girare nel verso giusto.

Molti pensano che il successo che sto ottenendo è grazie al prodotto che offro, il **MULTICENTER**, ma ti svelo un segreto: non è così...

Tanti mi fanno i complimenti per questa bella **INVENZIONE...**

Ma macchine praticamente identiche esistevano prima del **MULTICENTER** (beh, non esageriamo 😊).

In realtà non ho inventato nulla perché anche prima del **MULTICENTER** i clienti riuscivano a soddisfare la produzione necessaria, ovviamente non in modo così efficace, ma comunque riuscivano a farlo in qualche modo...

Ho decodificato una domanda latente che già esisteva prima, per questo sostengo che non ho inventato nulla, ma questa domanda veniva comunque soddisfatta in modo diverso.

A volte, adottando macchine TRANSFER cercando di introdurre della flessibilità come teste revolver, morsetti rotanti, ma pur rimanendo una macchina speciale Transfer e non flessibile nel vero senso della parola.

Altre volte, invece, partendo dai centri di lavoro in batteria o centri bimandrino alla ricerca della produttività, ma pur rimanendo sempre poco produttivi e avendo dei limiti molto evidenti.

Io mi sono presentato al mercato offrendo un METODO, non una Macchina utensile, ma il METODO FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA per cui ho pubblicato un libro nel 2015 che oggi è tradotto in 9 lingue.

Da quando mi sono presentato sul mercato a vendere un RISULTATO tutto è cambiato!

Quale risultato vendo?

In realtà, sono due i risultati fondamentali che puoi ottenere a seconda di quale problematica hai.

IL METODO "FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA" nasce inizialmente per risolvere i problemi legati alla produzione dei piccoli/medi lotti che assillavano e ancora assillano gli utilizzatori di macchine TRANSFER ad alta produzione.

Infatti, per questo target di clienti, il METODO vende il seguente risultato:

PRODUCI SOLO IL VENDUTO, SENZA FARE MAGAZZINO, SENZA STRESS, CON PIÙ CASH!

**I Primi 50 libri sono gratis, visita il sito:
www.libroflessibilitaproduttiva.com**

Cosa significa questa frase?

Eccolo! È il risultato!

Non è un prodotto, una macchina utensile, ma un RISULTATO!

Infatti, se analizzi la frase, è molto efficace, è un RISULTATO che tutti gli imprenditori SOGNANO di raggiungere...

Produrre solo il venduto, senza fare magazzino, senza Stress e con più cash!

Un sogno!

Ma grazie ad una macchina che è stata progettata per ottenere questo risultato specifico, è possibile raggiungere questo sogno!

Ovvio che poi vendo il MULTICENTER, ma è una conseguenza.

IL METODO FLESSIBILITÀ PRODUTTIVA può essere

usato anche per poter raggiungere un secondo RISULTATO.

Ci sono clienti che non hanno il problema dei piccoli/medi lotti di produzione, ma al contrario hanno il problema di voler produrre più quantità a minor costo.

In questo caso il METODO vende il risultato:

QUADRUPLICA LA TUA PRODUZIONE, CON MENO SPAZIO, MENO ENERGIA E MENO PERSONALE!

**I Primi 50 libri sono gratis, visita il sito:
www.ritornaguadagnare.com**

Come vedi parlo ancora di RISULTATI, non di macchine o prodotti.

Così, per questo secondo target di clienti, ho pubblicato un nuovissimo libro dedicato ad aziende che utilizzano centri di lavoro in batteria per aumentare la produttività.

Grazie a questo METODO oggi puoi raggiungere un RISULTATO molto più performante rispetto a quello che utilizzi in produzione, ovvero centri di lavoro monomandrino o bimandrino che siano.

Che tu sia un utilizzatore di macchine Transfer con il problema dei piccoli/medi lotti o un utilizzatore di centri di lavoro in batteria con il problema di aumentare la produzione, IL METODO ti offre un modello di Business diverso da quello a cui sei abituato.

Cambiare il modello di business della tua azienda ti porta ad ottenere RISULTATI diversi.

Ecco svelato il segreto del successo!!!

***Non vendere PRODOTTI,
vendi RISULTATI!***

www.flexibleproduction.it

Testimonianza di un cliente che ha applicato il Metodo Flessibilità Produttiva



BOEME SRL

ECCO COSA IL MULTICENTER MI HA RISOLTO!

Ho fatto 3 domande ad un mio cliente che utilizza il MULTICENTER.

A proposito, facciamo nomi e cognomi, perché ci sono troppe testimonianze inventate di sana pianta dove si elogiano i prodotti, ma casualmente non esiste mai la possibilità di verificarle e questa cosa frutto di marketing da fantascienza spaziale, mi scoccia parecchio!

Perché? Eh... Perché alla fine di queste testimonianze, non c'è nessun firmatario, non si sa chi è questo cliente super soddisfatto e in nome della privacy non si può sapere... Ma che bella trovata all'italiana!

ALLORA IO COSA HO FATTO?

Ho semplicemente posto le 3 domande e chiesto se potevo pubblicarle come testimonianza (rispettando la privacy) con tutti i riferimenti del caso in modo che chiunque, anche tu, possa contattare il testimonial a verificare quanto scritto!

Ecco le mie 3 domande e le 3 risposte esattamente come mi sono arrivate da parte del cliente:

1. Che problema incontravi prima di avere a disposizione il MULTICENTER?

Ho fatto la giusta scelta acquistando il MULTICENTER in quanto (pur non avendo in azienda altre macchine simili alla vostra) ho trovato il giusto compromesso tra la "PRODUTTIVITA" e la "FLESSIBILITA". Noi abbiamo diversi particolari che ruotano sulla vostra macchina con lotti a volte piccoli (500/1.000 pezzi), e a volte più grandi (15.000/20.000). Questi particolari venivano fatti prima da centri di lavoro singoli o da torni bimandrino.

2. Come hai risolto questo problema grazie al MULTICENTER?

Abbiamo riscontrato che i tempi di attrezzaggio del MULTICENTER sono simili a quelli delle macchine precedenti, ma la produttività è mediamente CINQUE VOLTE SUPERIORE alla precedente (da rendiconto annuale). Prima avevamo un bimandrino e due centri dedicati alla produzione di quei particolari e spesso facevamo produrre esternamente. Ora il MULTICENTER è sufficiente ed abbiamo ancora un discreto margine di sicurezza.

3. Quali risultati positivi hai ottenuto utilizzando il MULTICENTER?

Vi siamo grati per la progettazione delle attrezzature, il vostro progetto ha permesso la realizzazione del bloccaggio pezzo in modo estremamente funzionale e prestante.

Non esitate a contattarci per eventuali potenziali clienti interessati ad acquistare il MULTICENTER.

*Ing. Carlo Medina
Titolare
Boeme S.r.l.
Via dello Strego, 1
28010 Cavallirio (NO) - ITALY
www.boeme.com*