PMI MAGAZINE

Piccole e medie Imprese

Mensile di Informazione dell'Associazione Industriale Assolodi Lodi

Spedizione in abbonamento postale 45% Art.2 comma 20/B legge 662/96
Editoriale Pubblindustria S.r.l. Strada Padana Superiore, 2/b 20063, Cernusco sul Naviglio- Milano Tel. 02/92.14.75.41 - Fax: 02/92.59.00.37

KEY-STONE
ROBERTO ROSSO

GIULIO MORIGGI
SCANSOFT

VITTORIO GATTI
CONSIT ITALIA

FEDERICO BASILICA
CAPO DEL DIPARTIMENTO DELLA FUNZIONE PUBBLICA

MATTEO CRUCCO
ADIGE BITUMI

ROBERTO RE
HRD TRAINING GROUP

Dipartimento per l'Innovazione e le Tecnologie

DIPARTIMENTO DELLA FUNZIONE PUBBLICA

e-a per l'efficienza delle amministrazioni

consip

Centro Nazionale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione

Unione Europea

IFMA
International Facility Management Association
Italian Chapter Member of the Euro FM Network

A.I.T.I.
Associazione Italiana Tesorieri d'Impresa

Aprile 2005

KEY-STONE PORTA L'ANALISI E LA PIANIFICAZIONE DI MARKETING NELLE PMI

Una giovane e innovativa società di consulenza che dialoga anche con le piccole e medie imprese, guidandole verso l'individuazione e l'implementazione di strategie di marketing. Tra i punti di forza la capacità di creare profonde relazioni con il cliente.

Analizzare, pianificare, individuare gli obiettivi, attuare le strategie. Per molte piccole e medie imprese sono parole di difficile comprensione o che possono sembrare troppo lontane dalle loro realtà. ROBERTO ROSSO, presidente amministratore delegato e fondatore di Key-Stone, spiega invece, come, attraverso il giusto approccio, l'analisi e la pianificazione di marketing siano indispensabili, anche per le PMI, nello sviluppo del business.

Key-Stone è un team multidisciplinare di professionisti orientati al marketing e alla pianificazione e controllo. Fondata nel 1996, Key-Stone nel corso degli anni ha implementato un efficace modello di consulenza strategica, affiancato da progetti di marketing relazionale e da una serie di servizi di marketing operativo. "Punto distintivo dell'attività è la capacità di affiancare i nostri clienti, guidandoli nell'analisi, nella valutazione e nella realizzazione delle strategie di sviluppo del business".

Quale è l'importanza dell'analisi e della pianificazione ai fini dello sviluppo e della crescita aziendale?

Una azienda deve capire dove sta andando, in che modo investire le proprie risorse, come riorganizzare il canale distributivo e la rete commerciale e comprendere se è strategico presidiare un determinato mercato.
Le scelte aziendali dovrebbero sempre essere effettuate sulla base di una dettagliata analisi e programmate secondo una precisa pianificazione. Ogni volta che un'azienda ha necessità di prendere decisioni di questo tipo, Key-Stone offre i suoi servizi di consulenza in termini di analisi e pianificazione, senza far mancare il giusto contributo creativo. Prendiamo ad esempio un tema che frequentemente ci viene sottoposto nell'ultimo periodo, soprattutto dalle PMI: il raggiungimento di un'adeguata massa critica. Questa è una chiara esigenza che occorre analizzare con rigore. Operare in direzione del raggiungimento di massa critica significa spesso effettuare scelte perseguendo strategie di integrazione, senza tralasciare ipotesi di associazionismo, partnership o acquisizione. In molti settori questo processo è già avvenuto ma in molti ambiti del business to business deve ancora iniziare. Il tema è vitale e va affrontato non basandosi sulla sola intuizione ma ripensando e riscrivendo il proprio business con coerenza e attenzione.

In che modo Key-Stone si differenzia rispetto alle altre aziende di marketing?

Il mondo della consulenza si caratterizza per la presenza di grandi operatori internazionali. In questo ambito Key-Stone si è ritagliata la propria nicchia di business, puntando alla personalizzazione del servizio offerto. Molto spesso le società di consulenza, a seguito dell'attività di analisi, indicano alle aziende regole e linee guida da seguire: ciò presuppone che le imprese clienti posseggano un modello organizzativo di tipo manageriale, con competenze e risorse evolute. Nel caso di Key-Stone, soprattutto quando entra in relazione con una PMI, viene fornito in aggiunta un supporto operativo, che consente all'azienda di implementare i progetti elaborati e di formare il personale affinché i programmi vengano correttamente seguiti. In pratica, entriamo in relazione con i clienti divenendo quasi parte del loro ufficio marketing, affiancandoli nello sviluppo delle attività di consulenza strategica progettate con il top management aziendale.

Il mondo del Business to Business è molto eterogeneo e non sarà facile adattare la consulenza a tutte le realtà. Come potete entrare in sintonia con il settore di appartenenza, conoscerne le regole e le dinamiche?

Uno dei fattori caratterizzanti l'approccio di Key-Stone è un atteggiamento "umile", che comporta l'ascolto profondo e partecipativo del management aziendale, al fine di iniziare a comprendere non solo le principali caratteristiche del business ma anche la visione e la lettura che di questo business offre l'impresa. Ciò non può in alcun modo escludere la necessità di ottenere informazioni e dati esterni del mercato: questo può essere ottenuto solo attraverso ricerche di marketing, che vengono sviluppate direttamente da Key-Stone. Operiamo, quindi, sviluppando anche gli strumenti indispensabili alla nostra attività di consulenza. Molto spesso, i settori a cui appartengono le aziende di numerosi settori B-to-B non dispongono di dati e informazioni di mercato e occorre strutturare ricerche integrate ad hoc prima di poter iniziare un'attività di pianificazione. Sin dall'inizio, abbiamo sopperito a questa carenza acquisendo competenze, risorse e mezzi adeguati al fine di sviluppare un vero e proprio reparto dedito alle attività di ricerca di mercato, che fossero funzionali e di supporto alla nostra attività di consulenza.

Ci sono dei settori o degli ambiti nei quali la vostra attività di ricerca di mercato è particolarmente sviluppata?

All'inizio della nostra attività la nostra esperienza era focalizzata principalmente nell'ambito medicale, soprattutto nel

KEY-STONE
Marketing Projects and Services

MARCO PACINI
CONSIGLIERE-OPERATION MANAGER

PAOLA LATTANZIO
RESPONSABILE AREA SERVIZI
MARKETING RELAZIONALE

segmento dei prodotti dentali. Questo ci ha consentito di sviluppare un sistema integrato di ricerca chiamato "Dental Monitor", divenuto oggi il sistema di misurazione di riferimento del settore odontoiatrico in Europa. Si tratta di una metodologia adattabile a molti business di nicchia, dove non esistono dati di mercato forniti dagli istituti di ricerca. Dental Monitor nasce dalla collaborazione dei competitori operanti in un dato comparto, invitati da Key-Stone a condividere obiettivi e investimenti nella costruzione di un sistema di monitoraggio del mercato. In questo modo, anche aziende molto piccole possono finalmente accedere a ricerche di marketing e a informazioni che solitamente sono appannaggio delle grandi multinazionali. Stiamo trasferendo questa metodologia anche ad altri settori di nicchia.

Insieme all'attività di consulenza, Key-Stone si caratterizza per la sua specializzazione nel marketing relazionale. Ci può spiegare di che cosa si tratta?

Questa metodologia punta alla creazione di innovative modalità di relazione diretta con particolari e strategiche nicchie di mercato: si tratta in genere di gruppi di clienti molto importanti, ad esempio "alto-spendenti", influenzatori, rivenditori, ecc. Questi approcci sono inoltre molto efficaci in tutti quei mercati caratterizzati da "valori unitari" della transazione o del cliente molto elevati: dai beni di lusso alle macchine industriali.
Il marketing relazionale si applica molto bene anche a quelle aziende che, pur operando nel settore dei prodotti di massa, vogliono relazionarsi con una clientela di più alta fascia socio-economica. Un più alto posizionamento del prodotto permette di trasformare quest'ultimo in un oggetto aspirazionale. Infine il marketing relazionale è funzionale a presidiare e a fidelizzare particolari canali distributivi. In generale, si tratta di progetti indirizzati ad una selezionata e numericamente limitata clientela: da qualche centinaio fino a qualche migliaio di prospect. Ciò consente di fare progetti di relazione diretta tra l'azienda ed un gruppo limitato di soggetti, creando rapporti che, prescindendo dalla mera vendita immediata, aiutano a creare interessi comuni e a partecipare alla vita del cliente, condividendo i suoi interessi, sia professionali che di vita privata, per ottenere un duraturo ritorno economico nel tempo.

Immagino che il tema del Marketing Relazionale interessi anche molte grandi firme del mercato, qual è quindi il profilo dei vostri clienti?

Naturalmente le logiche di Marketing Relazionale riguardano molti settori con grandi imprese: in questo contesto abbiamo sviluppato progetti con importanti operatori della salute, del bancking, dell'automotive, del mass market. Tra questi uno dei principali è BMW Italia con cui da anni vengono realizzate attività di marketing relazionale sull'alto di gamma. Molto interessanti anche alcuni nuovi progetti di posizionamento che stiamo sviluppando con Lavazza, a supporto del lancio del sistema BLUE. Un grande impegno viene profuso da Key-Stone nel mondo della formazione e, in questo ambito, è attiva una partnership con la Facoltà di Economia dell'Università di Torino nella docenza al Master of Management.
Non solo le grandi firme fanno parte della nostra clientela, la nostra attenzione è rivolta anche al mondo delle PMI.

Quale è l'approccio di Key-Stone con il mondo delle PMI?

Ci rivolgiamo alle Piccole e Medie Imprese offrendo consulenza strategica, soprattutto per sviluppare analisi di mercato/settore, piani di marketing, programmi commerciali, progetti di comunicazione. Non sempre queste realtà sono strutturate per adottare immediatamente tecniche e metodologie di marketing. A volte, occorre intervenire anche nella formazione del personale, affinché la consulenza strategica possa radicarsi in terreni che consentano lo sviluppo anche successivamente all'intervento di Key-Stone. Laddove nasca l'esigenza di strutturare un vero e proprio reparto marketing, svolgiamo anche un'attività di coaching, individuando, formando e organizzando le risorse necessarie

KEY-STONE SRL MARKETING PROJECTS AND SERVICES
VIA S. DOPPI, 20/B I - 10095 GRUGLIASCO - TORINO TEL. +390113119430 - FAX +390113118669