

Esempio di collaborazione con azienda metalmeccanica bresciana.

Società Cliente:

Officina lavorazioni meccaniche a disegno, in subfornitura conto terzi. Esperienza concentrata in un paio di settori industriali specifici (componentistica idraulica e pneumatica).

Certificata ISO9001, buona organizzazione produttiva, ordinata e pulita distribuzione dei reparti.

Situazione:

Creata 50 anni fa, le vendite sono rimaste sempre dipendenti da pochi grossi clienti che, a seguito della crisi del 2009, hanno drasticamente ridotto gli acquisti e portato al proprio interno molte lavorazioni. Risultato: il fatturato è crollato da circa 3,4 milioni del 2008 ai 1,3 milioni del 2010, e su questi livelli è rimasto fino al 2013.

Vendite estero:

Limitate vendite a un cliente in Germania, interrotte qualche anno fa per difficoltà di comunicazione.

Impiegata una persona in passato specificatamente per sviluppare i contatti con nuovi clienti, costata circa 10.000 euro, risultati zero, nessuna richiesta di offerta ricevuta.

Nessuno oggi in azienda parla alcuna lingua straniera.

Richiesta della Proprietà:

Estrema necessità di aumentare le vendite, aprendosi stabilmente al mercato tedesco, ridottissima possibilità di investire denaro in promozione ed in allargamento della offerta.

Cosa è stato fatto:

- Analisi della tipologia di clienti serviti con successo in Italia allo scopo di comprendere i punti di forza della azienda e le necessità tipiche del settore di destinazione prevalente dei prodotti.
- Valutazione con la direzione sulla disponibilità a offrire a eventuali nuovi clienti, oltre al prodotto specifico, anche un servizio il più affidabile e flessibile possibile (imballo speciali, lotti piccoli e frequenti, magazzino parti cliente presso l'azienda, ricerca di soluzioni tecniche particolari presso subfornitori per consegnare un prodotto a maggior valore aggiunto).
- Redazione di un testo di presentazione aziendale in tedesco, concordato con la proprietà, per presentare sinteticamente i plus della azienda ai potenziali buyers.
- Primo contatto con una selezione di industrie tedesche, verifica del fabbisogno e ricalibratura della presentazione e del target di clientela da raggiungere.
- Approfondimento dei contatti, visita a fiere di componentistica meccanica, automazione, e industriali in genere per acquisizione nuovi contatti e comprensione del mercato, raccolta dati sui prodotti e misure più diffusi.

Risultati ottenuti:

Ricevute richieste di offerta e presentate relative quotazioni dettagliate a una decina di potenziali clienti.

In molti casi nelle fase di follow up delle offerte si è riusciti ad ottenere dai responsabili acquisti il prezzo target desiderato o il prezzo offerto dalla concorrenza.

Entro 4 mesi dall'inizio della collaborazione, realizzato tour di visite con il titolare della azienda presso interessati acquirenti.

Entro 6 mesi dall'inizio della collaborazione, ricevuto un importante volume e varietà di richieste di offerta: la valorizzazione di solamente quelle a cui si è deciso / potuto rispondere con quotazione dettagliata ha raggiunto **oltre 800.000 Euro** (circa il 60% del fatturato annuo della azienda).

La collaborazione ha permesso anche di creare contatti con potenziali acquirenti di prodotti / servizi più complessi di quelli fino ad oggi offerti dalla azienda mandante. Questa interessante prospettiva ha spinto la direzione a intraprendere un percorso di adattamento del parco macchine di lavorazione, decidendo di ridurre il numero di macchinari dedicati ad una stessa tipologia di lavorazione (semplice tornitura su due assi) ed di accelerare l'acquisto e la messa in funzione di una nuova tipologia di macchina utensile per effettuare lavorazioni a controllo numerico su più assi.

Costo della collaborazione: unicamente provvigione sugli ordini effettivamente andati a buon fine.