



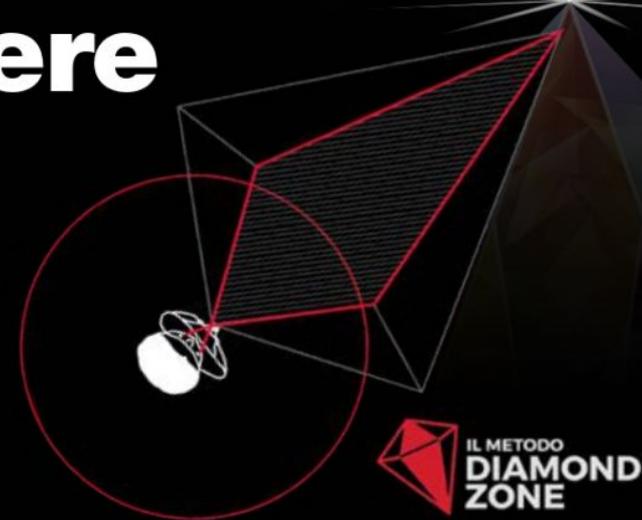
Si chiama Diamond Zone il metodo con il quale i consulenti esperti della MKTG Società benefit intendono accompagnare le aziende del settore della lavorazione di materie plastiche lungo un percorso di sviluppo e crescita evitando i rischi della dipendenza da uno o da pochi committenti

# Una punta di Diamante per accrescere il business

**Q**uella delle materie plastiche è un'industria altamente competitiva e in continua evoluzione. Le aziende che vi operano devono affrontare numerose sfide legate all'innovazione tecnologica, alle normative ambientali, alla globalizzazione e alla variabilità economica. Senz'altro, l'innovazione tecnologica è cruciale e impone investimenti significativi in ricerca e sviluppo, mirati alla creazione di nuovi materiali e processi produttivi sempre più avanzati. La globalizzazione porta una competizione non solo locale, ma internazionale, richiedendo alle aziende di essere competitive a livello globale.

## Dalla crisi, le opportunità

In un contesto al tempo stesso complicato e dinamico, per le Pmi e non solo, la diversificazione della clientela è un aspetto fondamentale. La dipendenza da un singolo committente - o da pochissimi clienti - è nota come mono-committenza ed espone le aziende a rischi elevati. Infatti, qualora per i motivi più disparati il rapporto commerciale dovesse interrompersi, allora il fornitore



finirebbe per trovarsi in una situazione quanto mai critica. La differenziazione del portafoglio-clienti è allora lo strumento utile per mitigare il rischio, distribuendolo su una molteplicità di interlocutori e settori. Proprio la diversificazione del portafoglio-clienti è al centro delle strategie e della proposta metodologica di MKTG, Società benefit di consulenza di marketing strategico, fra i cui obiettivi c'è quello di affiancare le aziende manifatturiere italiane, tenendole alla larga dai pericoli esemplificati dal concetto del Cigno Nero. Si tratta di una formula ideata dal matematico e saggista Nassim Nicholas Taleb, che

Da sinistra, Gianluigi Raponi, CEO di Ometec, Nicolò Canestraro, Amministratore Unico di MKTG SRL Società benefit e Monica Vitale, Co-Founder e CFO di Ometec



molto semplicemente spiega come gli imprevisti possono avvenire e bisogna essere pronti a fronteggiarli. Convinzione di MKTG è che le aziende vincenti e capaci, non si accontentano di subire il futuro ma lo creano: il metodo scelto per dare concretezza a questo assunto è stato ribattezzato Diamond Zone. Il suo scopo è garantire in maniera semplice e rapida, e senza dispersioni, che un'idea possa trasformarsi in un modello di business efficace.

### Analisi e previsioni

Diamond Zone è un metodo, fatto di elementi, di modelli, di fasi e di contaminazione dell'intuito e della passione dell'imprenditore. Punto di partenza di MKTG è l'analisi dell'impresa e dei suoi prodotti, contestualizzati nei panorami di riferimento e valorizzati in base ai fattori che li rendono unici. Si tratta dunque di disegnare il futuro prima che si sia costretti a subirlo e questo è reso possibile grazie al supporto dei consulenti di MKTG che consentono all'imprenditore di immaginare gli scenari e integrare tutti i tasselli che compongono il come, il dove e con chi affrontarlo. E soprattutto il perché, ovvero i valori che l'imprenditore trasmette all'interno dell'azienda e ispirano tutte le persone che ci lavorano: l'anima.

### Abbracciare il cambiamento

La sfida è rompere la trappola del quotidiano che giustifica lo scorrere del tempo difendendo lo status quo con l'abbiamo sempre fatto così, pensando di essere immuni ai cigni neri e che il futuro sarà sempre uguale al passato. Per cambiare bisogna innovare, ispirando l'organizzazione ad ascoltare ed osservare continuamente il mercato. La sfida è creare nuove soluzioni, trasformando prodotti e servizi in qualcosa di desiderabile per il nostro cliente a tal punto da privarsi delle cose a lui più preziose: tempo, denaro e fiducia.

### Le ragioni del successo

Per avere successo, non basta aver inventato un nuovo prodotto; bisogna raggiungere il cliente nel modo più rapido ed efficiente possibile. La distribuzione e organizzazione commerciale rappresenta spesso il vero collo di bottiglia per le aziende di subfornitura. Le pessime vendite, non la qualità

## UN CASO DA MANUALE

Da sempre attiva nella costruzione di stampi e nello stampaggio nel suo quartier generale di Sora (Frosinone) Ometec era alle prese con un problema di mono-committenza che ne limitava le potenzialità. Con il supporto di MKTG e di Diamond Zone ha potuto sperimentare con successo nuove aree di business:

- manutenzione degli stampi curata attraverso un portale web dedicato;
- individuazione di un settore da incrementare a quello attuale, come quello del packaging.

«Il peso del cliente dominante», ha detto il CEO di Ometec Gianluigi Raponi, «si è così ridotto per il 20% circa (incideva sul nostro volume d'affari per più del 50%) e allo stesso tempo si sono aperte le strade dell'internazionalizzazione, raddoppiando in questi ultimi due anni la quota export. Grazie alla scelta di investire nelle attività di marketing (destinate a chiudersi con l'ultimo evento previsto a novembre 2024 con la fiera All 4 Pack di Parigi) e pianificando investimenti all'estero, in particolare fra Stati Uniti e Tunisia. Il segreto sta nella meticolosa analisi dei mercati e dei vantaggi competitivi dell'azienda, nella definizione di precisi obiettivi e nel consolidamento delle attività a maggior valore. Con MKTG sono state elaborate strategie vincenti di marketing e commerciali, monitorando marginalità e flussi di cassa: soprattutto da quest'ultimo punto di vista i rapporti con l'estero sono stati decisivi».

del prodotto, sono la causa più comune di fallimento. La velocità di ritorno di ogni investimento è determinata da chi si occupa della distribuzione e dell'organizzazione commerciale.

### Obiettivi chiari

MKTG cura la costituzione di un team interno ai cui membri sono assegnate attività e goal da raggiungere in tempi prestabiliti, infatti, ogni 15 giorni MKTG analizza l'efficacia delle azioni e ne misura i risultati commerciali. Ogni trimestre, invece, si verificano quali tattiche hanno funzionato e le azioni di miglioramento da attivare, in un momento di scambio e stimolo, di premialità per i risultati raggiunti. Diamond Zone funziona perché parte dalla coscienza che quel che si ha non è più sufficiente per garantire il futuro di un business; e perché parla a imprenditori che si battono ogni giorno sul campo e spesso sono alla mercé dei voleri di un singolo o di pochissimi committenti. Infine, perché considera l'intuito un talento e vuole perciò stimolarlo e incoraggiarlo; ed è un metodo che, se applicato, può dare risultati concreti e misurabili. È nato dall'ingegno di una società di provincia, certo, che crede però nel valore del dialogo e della collaborazione e sa utilizzare il noi anziché il semplice io. Ispirare gli imprenditori manifatturieri a credere nel loro intuito e insieme costruire un brand in grado di trasmettere energia, passione e valori unici, è la missione di MKTG.

**MKTG**

### MKTG SRL Società benefit

Nicolò Canestraro  
Amministratore Unico di MKTG SRL Società benefit  
Società di consulenza di marketing e modelli di business per le PMI Manifatturiere Italiane.  
n.canestraro@mktgsb.it - mktgsb.it