

Aumentare la competitività della distribuzione dei materiali per l'edilizia

Armando Branchini

Milano, 23 maggio 2024

Il Vantaggio Competitivo

Il vantaggio competitivo è raggiunto quando l'azienda riesce ad ottenere performance di vendita superiori alla media di settore.

Le attività all'interno di un'impresa aggiungono valore al servizio/prodotto venduto.

L'azienda deve preoccuparsi di migliorarle costantemente se vuole ottenere e mantenere un reale vantaggio competitivo.

Valore

Il valore è definito dal prezzo che gli acquirenti sono disposti a pagare per il prodotto / servizio di un'impresa.

La differenza tra il prezzo e il costo complessivo sostenuto dall'azienda per fornire il bene / servizio costituisce **il margine di profitto.**

La Strategia di Differenziazione

Offrire un prodotto servizio **con attributi diversi dai concorrenti o colleghi**, attributi che i consumatori giudicano molto importanti, così da essere disposti a pagare un *premium price*.

In altre parole, l'organizzazione è in grado di fornire un prodotto / servizio per il quale il cliente è disposto a pagare **più della somma dei costi** di tutte le attività nella catena del valore.

Il Concetto Chiave

L'impresa è competitiva

- Se consegue e mantiene nel tempo un Vantaggio Competitivo
- Creando Valore
- Attraverso una Strategia di Differenziazione

Il ruolino di marcia a livello di singola impresa

1. Ripensare il proprio modo di operare e migliorarlo innovando
2. Imitare gli operatori di successo
3. Entrare nel gruppo dei leader

Il ruolino di marcia a livello di filiera

1. Ripensare il modo di operare e migliorarlo innovando
2. Imitare i modelli di business di successo, nei settori più vari
3. Leadership strategica e di risultati

Filiere italiane che hanno avuto questo approccio

1. Farmaceutica
2. Cantieristica
3. Moda e Lusso
4. Design e Arredamento
5. Occhialeria
6. Parte di Vini e Alimentari
7. ...

Le innovazioni

1. Prodotto
2. Processo
3. Distribuzione
4. Comunicazione

Lo Spirito Dominante

La Passione per l'Eccellenza!

I risultati parlano chiaro

Moda:

1975 – Export 9% del fatturato totale

2023 – Export 42% del fatturato totale.

Fatturato cresciuto di 40 volte!

I risultati parlano chiaro

Auto:

Stellantis

Fiat + Peugeot + Citroen + Opel + Maserati + Alfa Romeo + Lancia +
Abarth + Vauxhall + Chrysler + Jeep + Dodge + Ram

Capitalizzazione il 22 maggio 24: **63,7 miliardi**

I risultati parlano chiaro

Auto:

Ferrari

Capitalizzazione il 22 maggio 24: **74,2 miliardi**

Veniamo alla Rivendita Edile

Da magazzino in cui si vendono materiali e prodotti

a un luogo (showroom?) in cui:

- si vendono materiali e prodotti,
- si offrono consigli tecnici ai clienti,
- si aggiungono via via prodotti / servizi selezionati sulla base della conoscenza tecnologica,
- ...

Dalla Rivendita al Retail

Il Rivenditore diventa Partner del proprio Cliente

Il Rivenditore diventa Partner del proprio Fornitore

Politica di Marca / Insegna

Attività di Marketing / Comunicazione

Le prospettive economiche di medio-lungo periodo

La Direttiva Case Green: 13 miliardi di mq da ristrutturare

L'integrazione progressiva tra Distribuzione Edile, ITS ed Elettrico

Ci sono tutti i fattori a vantaggio

Il successo delle altre filiere che hanno fatto il salto verso l'eccellenza, negli ultimi 50 anni

Le prospettive economiche di medio-lungo periodo

L'evoluzione tecnologica nel settore dell'edilizia

E' il momento giusto

La Distribuzione Edile si impegna a diventare più competitiva

- aumentando la creazione di Valore (margine di profitto)
- aumentando la leadership tecnologica
- aumentando la leadership nei territori
- integrando ITS ed Elettrico (e non solo viceversa)