



INNOVARE IL PRODOTTO IN UN NUOVO MERCATO :

LA SCELTA DI "SHAN" LEADER ARGENTI SRL

In periodi di crisi, le scelte strategiche risultano essere poche e spesso obbligate.

Tuttavia, pur essendo l'attrattività dei mercati di basso livello, ci sono molte aziende **che decidono di agire.**

Vogliamo presentare un semplice modello di strategia che ha portato un'azienda di Produzione e commercializzazione di articoli in argento ad integrare le proprie produzioni con **NUOVI PRODOTTI in NUOVI MERCATI.**

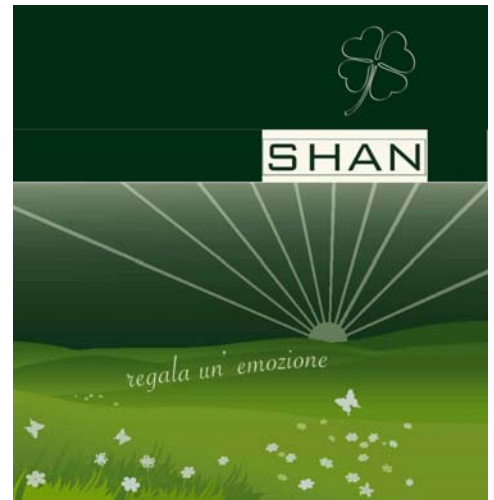
Colloquio con **Gilberto Sturba**, Amministratore Delegato della **LEADER ARGENTI SRL**

Sig. Sturba perché avete deciso di creare nuovi prodotti e di andare su nuovi mercati?

*Abbiamo voluto affrontare **la sfida offerta da questo momento di crisi e puntare nella differenziazione.** Abbiamo cercato di fare nostro il motto "la crisi come strumento di crescita", cercando di scovare nuove opportunità al di fuori del nostro core business. E' nata così la linea **SHAN di articoli artistici in ceramica dipinti a mano.***

Strategia blu e red ocean: quale è stata la scelta: nuovi "orizzonti" o accettare la competizione in mercati esistenti?

*Poiché non c'è dubbio che al giorno d'oggi non si riesce a generare abbastanza profitti per tutti, presenti noi in mercati statici, e stanchi di combattere contro una concorrenza sempre più agguerrita, **abbiamo corso il rischio di percorrere nuovi sentieri.** Abbiamo pertanto cercato di creare blue ocean: nuove nicchie di mercato per godere di uno spazio poco contestato, nella fascia alta.*





Che percorso avete seguito dalla generazione dell'idea al business?

A seguito dell'idea del nuovo prodotto abbiamo adottato un approccio analitico e profondo per la definizione del giusto target.

E così la creazione di un prodotto di alta qualità e design è stata preceduta, anche durante le prime prove e campionature, da una attenta analisi per avere un più corretto posizionamento.

L'analisi di chi potevano essere i fruitori dei nostri prodotti, la verifica della qualità effettuata con tests, un continuo studio e simulazione dei prezzi, preceduto da un'analisi della concorrenza (peraltro con davvero pochi competitori nella fascia alta del mercato), ci hanno assorbito parecchio tempo, ma con un ritmo e metodo. forse dimenticati ma imposti oggi, proprio per avere una maggiore affidabilità delle nostre offerte future.

Quale è la caratteristica che offre il mercato per i prodotti lanciati?

*Il nostro obiettivo di base è stato quello di creare articoli curati e di design destinati a **clienti attenti e raffinati** che cercano un prodotto "MADE IN ITALY" di qualità alta.*

*Sfruttando la nostra esperienza più che ventennale nella produzione e commercializzazione di articoli in argento, abbiamo dato vita ad un'ampia collezione di **articoli in ceramica dipinti a mano** caratterizzata da un'attenta cura dei dettagli e dall'originalità delle forme. Soprattutto abbiamo puntato alla realizzazione in Italia come elemento fondamentale per i paesi esteri. E lo si vede dai prodotti realizzati.*

Come viene vista l'offerta da parte dell'azienda nell'impostare le strategie di mktg operativo e commerciali?

*La collezione **SHAN** è stata studiata per soddisfare il mercato dell'articolo da regalo e dei complementi ed accessori d'arredo di qualità.*

*In Italia sarà commercializzata tramite una **nuova rete di agenti in selezionati punti vendita** quali: negozi di accessori casa, lista nozze ed articoli da regalo. La commercializzazione nei mercati esteri sarà effettuata invece tramite grossisti o catene di negozi, nella prima fase.*



Quanto contate di puntare sul brand : o meglio di attuare concrete politiche di marchio?

*Abbiamo intenzione di puntare ed investire in azioni di **mirate ed essenziali** di marketing atte a far conoscere e divulgare nel più breve tempo possibile il nuovo marchio SHAN e creare un forte effetto brand franchise, per cercare di fidelizzare il cliente nel tempo soprattutto all'estero. Nei mercati esteri infatti, oramai solo il MADE IN ITALY non e' piu' sufficiente. Regola che vale per molti operatori, secondo me.*



SHAN

www.shan.it

Gilberto sturba Ad LEADER SRL

Dr.Luca Collina-SCI CONSULTING SAS