

## Vince la squadra compatta

*Essere più competitivi - facile a dirsi ma difficile a farsi, soprattutto per la piccole e medie industrie come sono quelle del settore childrenswear - i consigli e le osservazioni di un esperto in consulenza aziendale*

### Vince la squadra compatta

Sapere uscire dagli schemi mentali troppo provinciali e giocare, all'interno della propria azienda, come una squadra e non come un insieme di singoli individui: imperativi imprescindibili soprattutto per le industrie di medie e piccole dimensioni (come sono in gran parte quelle specializzate in moda infantile nel nostro Paese) secondo Alfredo Mattioli presidente della società di consulenza, head-hunting e marketing Mattioli Associati. Durante l'incontro milanese organizzato da Fashion, Mattioli ha esordito dicendo che *"lo spartiacque dell'11 settembre deve trasformarsi da elemento negativo in stimolo per trovare un modo più incisivo di affrontare il mercato. È giunto il momento di confessare i propri 'peccati' e ripartire con professionalità e nuove iniziative"*.

### LE REGOLE DA SEGUIRE

Secondo Mattioli esistono alcune regole da seguire per non lasciarsi travolgere dalla corrente di una congiuntura non ottimale. "Innanzitutto focalizzarsi sul prodotto - ha sottolineato -. Partendo dal presupposto che l'obiettivo è vendere, proporre collezioni bellissime ma che poi non vengono capite dal consumatore è uno dei più gravi rischi cui si può andare incontro". La presentazione del marchio, attraverso la pubblicità ma anche all'interno del negozio, deve attirare un "circolo dell'emozione" dove il simbolo diventa lo specchio profondo dell'essenza della filosofia di una linea. Se la collezione è realizzata su licenza, il discorso cambia ma fino a un certo punto, perché "il consumatore deve recepire che tra la griffe e l'industria che la realizza esiste una simbiosi perfetta".

Un prodotto di qualità comunque non basta. "Occorre un servizio all'altezza, a partire dall'immagine che l'azienda proietta verso l'esterno: tutto lo staff deve trasmettere gentilezza, efficienza e professionalità cominciando da chi sta al centralino, figura per la quale la conoscenza basilare di almeno una lingua straniera è indispensabile". Un'osservazione scontata? Tutt'altro, perché ancora oggi in molte strutture manca la consapevolezza di trovarsi in uno scenario non più solo aziendale, ma internazionale.

"Un'aggettivo, questo, da non dimenticare mai nelle proprie strategie". Allo stesso modo, chi decide di ampliare l'organico della propria piccola o media azienda non può esimersi dal domandarsi chi esattamente intende assumere: un uomo prodotto? Un direttore commerciale? Un responsabile vendite? "L'introduzione di un elemento nuovo può dare linfa a un'impresa, ma paradossalmente anche affossarla", ha messo in guardia Mattioli che in conclusione del suo intervento si è soffermato sul discorso distribuzione e sui pro e contro dell'outsourcing. "Verificare il turnover della clientela è di vitale importanza - ha affermato -.

Al tempo stesso, aprire alcune boutique di proprietà può costituire, anche per un'azienda non grandissima, un'opportunità per monitorare da vicino il mercato".

"Quanto agli outlet - ha proseguito - la via per questa formula commerciale è ormai spianata anche nel nostro Paese. Tra l'altro, nel caso della moda infantile l'outlet riveste per il consumatore un'attrattiva particolare, perché dotato di aree di intrattenimento per i bambini. In altri termini, i piccoli giocano e gli adulti sono più liberi di comprare. D'altronde l'outlet non va demonizzato: gli esempi di Serravalle e Mendrisio dimostrano che il dettaglio indipendente non viene 'disturbato' dalla presenza di questi punti vendita".

Quanto all'outsourcing, un fenomeno che nel settore childrenswear è relativamente agli albori, "è finita l'epoca in cui si diceva che per produrre all'estero occorrono le 'quantità' - ha notato Mattioli-. Ora è possibile ragionare anche nell'ottica dei piccoli numeri. Decisiva è la scelta del partner e delle persone adatte per un controllo capillare in loco. Spesso è solo a causa della mancanza di un'adeguata catena di controllo che si arriva a una conclusione affrettata: che oltre frontiera, indistintamente, ci sia solo il caos.

**Alfredo Mattioli**