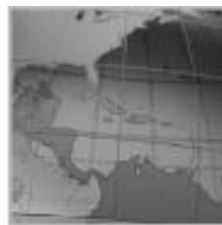


Caso studio



Business Development Services     

Novembre 2011

**COPYGRAPH si rivolge agli esperti esterni
e promuove la crescita**

Sommario

Introduzione	2
Investimento nella tecnologia e nel personale per stimolare la crescita	2
La collaborazione di un consulente aziendale esterno ha permesso di conseguire i risultati	4
L'analisi SWOT guida la linea di azione	4
Sviluppo del piano di marketing	5
Incremento della presenza online	5
L'incarico di consulenza comincia a dare i suoi frutti	5
L'opinione di InfoTrends	6
Consulente Xerox di sviluppo del business indipendente citato	7
L'autore	8

Introduzione

COPYGRAPH era una piccola copisteria di Verona fondata nel 1995 e che serviva il mercato universitario nella comunità locale. Il volume di stampa digitale era stimolato dalle continue richieste dei clienti occasionali, ma l'azienda voleva uscire dal mercato consumer e dalla dipendenza da questo tipo di clientela. Ha quindi iniziato a prendere in considerazione il mercato business-to-business e i servizi di stampa transazionali. Il risultato è stato la crescita del volume di affari. Riccardo Nuvolari, il titolare, era fiducioso nell'ulteriore potenziale di crescita dell'azienda.

Convinto che un'analisi obiettiva dell'azienda da parte di un consulente esterno avrebbe migliorato i risultati, Nuvolari ha richiesto l'assistenza di un consulente di sviluppo del business per redigere un piano di marketing che massimizzasse i risultati.

Investimento nella tecnologia e nel personale per stimolare la crescita

L'ingresso di COPYGRAPH nel settore della stampa transazionale per le aziende locali è iniziato in grande e ha visto l'apertura di un secondo stabilimento di produzione.

L'azienda ha optato per ricercare clienti tra le aziende di servizio pubblico, le assicurazioni, le banche e le grandi catene di negozi, con stampa di dati variabili e posta promozionale e transazionale. A tal fine, l'azienda ha investito nel personale IT, nelle tecnologie di stampa digitale e nelle apparecchiature di finitura.

iGen ha permesso all'azienda di raddoppiare il volume di affari. E la crescita prosegue anche oggi.

Figura 1. Lo stabilimento COPYGRAPH

Nel 2008 la copisteria di Verona è stata chiusa e l'azienda si è concentrata maggiormente sul segmento di mercato B2B (business to business).

Agli inizi del 2009 Nuvolari ha acquistato una Xerox iGen3® per sostituire la stampante per produzione in bianco e nero Xerox Nuvera®. “Abbiamo acquistato iGen con l'intenzione di utilizzarla per realizzare la transizione dal bianco e nero al colore della maggior parte dei lavori di stampa,” spiega Nuvolari.

Figura 2. Xerox iGen

L'acquisto, unitamente all'attenzione posta all'innovazione e alla qualità, ha portato a una crescita significativa dal 2009 al 2010. Il volume di lavori prodotti su iGen è passato dalle 30.000 pagine al mese degli inizi del 2009 alle 100.000 mensili del novembre 2010. L'aumento del volume di stampa digitale si è verificato nonostante la decisione dell'azienda di concentrarsi soltanto sulla stampa di dati variabili di maggior valore e sul lavoro transazionale e promozionale, rinunciando a tutti i contratti meno redditizi.

Nuvolari è convinto che iGen ha permesso all'azienda di raddoppiare il volume di affari. E la crescita prosegue anche oggi.

La collaborazione di un consulente aziendale esterno ha permesso di conseguire i risultati

Con l'acquisto di iGen era incluso l'accesso al programma Xerox Business Development Program. Il programma offre due opzioni di supporto orientate alle aree aziendali di vendite e marketing, operativa/flusso di lavoro e sviluppo delle applicazioni.

- La prima è Xerox Profit Accelerator® Digital Business Resources, comprendente una raccolta di oltre 100 strumenti, kit, programmi, modelli e risorse per la stampa digitale.
- La seconda è Xerox Business Development Consulting Services, che offre una gamma completa di servizi professionali e di formazione erogati da Xerox e da una rete di professionisti del settore indipendenti.

I fornitori di servizi di stampa possono sfruttare Profit Accelerator® e i servizi di consulenza per lo sviluppo del business per favorire *la trasformazione delle aziende digitali, migliorare le attività di vendita, l'efficienza operativa e stimolare la crescita futura*.

Nell'autunno del 2010 il team di vendita di Xerox ha avvicinato Nuvolari, proponendo una consulenza di sviluppo del business per aumentare ulteriormente i volumi di iGen. Nuvolari ricorda di avere avuto diverse idee su come fare crescere la società negli anni seguenti, ma di aver ritenuto che “una valutazione esterna di COPYGRAPH da parte di un esperto indipendente sarebbe stata una mossa intelligente per assicurarne la crescita futura”.

Xerox ha incaricato Hdemo, società facente parte di Business Development Consulting Services, una rete di professionisti indipendenti del settore, perché collaborasse con COPYGRAPH allo sviluppo di un piano di marketing strategico.

L'analisi SWOT guida la linea di azione

Durante la prima fase del contratto, Carlo Bazzo, consulente di sviluppo del business, ha lavorato assieme a Nuvolari per trovare i punti di forza e di debolezza di COPYGRAPH attraverso un'analisi SWOT.

L'analisi ha rivelato che i punti di forza dell'azienda comprendevano offerte di servizi ad alto valore, servizi di qualità, tecnologia aggiornata e rispettosa dell'ambiente, un robusto reparto IT e solide soluzioni di stampa di dati variabili (VDP).

La valutazione ha anche rivelato che all'azienda mancavano gli elementi essenziali per definire la sua posizione nel mercato. In particolare, la società non comunicava

COPYGRAPH cercava un punto di vista esterno a complemento della crescita dell'azienda.

chiaramente con il mercato rispondendo alle domande giuste: “Chi siamo?” “Che cosa facciamo?” e “Qual è il valore aggiunto delle nostre soluzioni?”

Sviluppo del piano di marketing

Il primo passo nel progetto del piano di marketing ha comportato la stesura di una proposta di valore:

"Alle società che necessitano di comunicazione personalizzata e a livello emotivo, COPYGRAPH offre servizi di VDP, direct mailing e prodotti postali per aumentare il valore del messaggio promozionale e promuovere la fidelizzazione del cliente."

Un'altra componente del piano di marketing si concentra sul modello corrente di business adottato da Nuvolari per espandersi nel settore B2B. Bazzo ha aiutato ad selezionare ulteriormente i segmenti aziendali scelti come target (aziende di servizio pubblico, servizi pubblici, servizi assicurativi e finanziari) e a estendere la penetrazione di mercato della società per ciascuno dei segmenti. Il piano di marketing delineava anche alcune iniziative per aiutare COPYGRAPH a differenziare il portfolio di servizi in ciascun segmento. Per dimostrare il valore di lavorare con COPYGRAPH, al team di vendita è stato fornito un pratico fascicolo con casi studio reali per dimostrare le applicazioni VDP per ciascuno dei segmenti target.

Incremento della presenza online

Bazzo ha anche spiegato a Nuvolari il valore di avere un sito Web ben fatto. Nuvolari ammette che il sito Web aziendale non è mai stato una priorità. Nel piano di marketing è stata inserita una strategia per rafforzare la presenza sul Web di COPYGRAPH, comunicare meglio i servizi offerti e interagire con i clienti. Il piano comprendeva anche una guida su come misurare i risultati del successo del sito Web attraverso i dati analitici. Nuvolari afferma di aver ora compreso il valore strategico di una buona presenza sul Web: è infatti in corso la riprogettazione del sito Web di COPYGRAPH.

L'incarico di consulenza comincia a dare i suoi frutti

L'incarico di consulenza è ora completato e il piano di marketing sviluppato comincia a dare i suoi frutti. La società ha aggiunto nuovi clienti e ha stipulato nuovi contratti con i vecchi clienti. Al momento della stesura di questo rapporto, COPYGRAPH aveva già registrato una crescita del 40% nel volume delle pagine a colori. Il sito Web di COPYGRAPH è ancora in costruzione ed è in corso una campagna di autopromozione volta a far conoscere le offerte a un gruppo selezionato di clienti. È allo studio anche l'uso di strategie multimediali per promuovere servizi ai clienti.

Nuvolari raccomanda caldamente questo tipo di contratti di consulenza e spiega: “Xerox e Carol Bazzo ci hanno permesso di riconoscere i nostri punti di forza e di debolezza,

consentendoci di porre delle basi realistiche per un potenziale successo corrente e futuro”.

L'opinione di InfoTrends

COPYGRAPH ha scoperto che la collaborazione di un professionista indipendente in possesso di una base di conoscenze, come il consulente Xerox per lo sviluppo del business, ha consentito di avere una visione più chiara e obiettiva dei passi da compiere per promuovere la trasformazione strategica e massimizzare il potenziale di crescita.

Questo materiale è preparato specificamente per i clienti di InfoTrends, Inc. Le opinioni espresse rappresentano la nostra interpretazione e analisi di dati di pubblico dominio o divulgate dai responsabili nelle aziende esaminate. Riteniamo che le fonti di informazione su cui si basano i nostri materiali siano affidabili e abbiamo applicato il nostro miglior giudizio professionale ai dati ottenuti.

Consulente Xerox di sviluppo del business indipendente citato



Hdemo Network
www.hdemo.com

Hdemo è stata fondata a Treviso nel 1995 da Andrea Roversi e Claudio Breda come società dedicata alla formazione e alla consulenza tecnica per i settori della grafica ed editoriale.

In pochi anni è diventata un punto di riferimento ben noto e stimato nell'Italia del Nord.

Dal 2009 Hdemo, pur preservando la sua originale ispirazione, l'azienda è stata ristrutturata, diventando una società diversificata, che offre una più larga gamma di servizi a diversi settori industriali e commerciali. In seguito al rebranding l'azienda ha assunto il nome Hdemo Network. Al momento Hdemo Network serve una vasta gamma di clienti, dalla piccola copisteria a clienti aziendali, come Benetton Group Spa e PAM Group Spa.

I servizi di Hdemo Network sono ora organizzati in tre aree funzionali principali: Consulenza, Soluzioni e Marketing.

L'autore

**Lisa Cross**

Senior Consultant

lisa_cross@infotrends.com

+1 781 616 2100 int. 192

Lisa Cross è Senior Consultant per il servizio Business Development Strategies di InfoTrends. È responsabile della conduzione di ricerche di mercato, del supporto delle stime di previsione del mercato, della gestione di progetti di consulenza personalizzata e della relazione sugli eventi del settore.

**Nichole Jones**

Senior Research Analyst

nichole_jones@infotrends.com

+1 781-616-2191

Nichole Jones è Senior Research Analyst per i servizi Business Development Strategies Production Printing e Packaging Consulting Services di InfoTrends. Nel suo ruolo, Jones gestisce la promozione e la distribuzione del contenuto di InfoTrends e assiste i clienti e i canali nella creazione di programmi di sviluppo del business. È anche responsabile dello sviluppo di curriculum e contenuti per i programmi di e-Learning di InfoTrends, che erogano la formazione alle vendite online.

[Commenti o domande?](#)