

SLIDE Srl: Una strategia di differenziazione nel settore del design

Autore della tesi: Giulia Pisaneschi (2015/2016)

Ateneo: Università Cattolica del S. Cuore

Tutor aziendale: Daniele Porta

L'idea di questo elaborato nasce dall'esperienza di stage avuta presso l'azienda SLIDE Srl, nell'ufficio marketing e comunicazione. Durante i mesi di permanenza, l'azienda stava attraversando un processo di cambiamento che tutt'oggi è ancora in atto: leader nella produzione di arredo di design per esterni in polietilene, un materiale plastico caratterizzato da resistenza e durezza, dal 2012 il management ha deciso di intraprendere una strategia di differenziazione ed implementare internamente una nuova tecnica di produzione utilizzando un materiale innovativo, il poliuretano, che differisce dal polietilene per le proprietà elastiche che lo caratterizzano.

La Direzione, composta dall'Ing. Giuseppe Colonna Romano, dal Direttore Commerciale Marco Colonna Romano e dal Direttore Amministrativo Franco Antonuccio, ha intravisto in questo materiale un'opportunità di crescita e di modernizzazione per SLIDE Srl, un'occasione di rilancio per l'azienda nel settore di arredo di interni ed in quello degli allestimenti di location per hotel, bar e ristoranti, chiamato Contract.

Visto il particolare interesse sviluppato attorno al tema della differenziazione strategica, l'azione dell'azienda di rinnovarsi, sfruttando le proprie risorse per penetrare nuovi mercati, ha stimolato lo sviluppo di analisi dettagliate sul mercato dell'arredo di design, con un focus particolare sul polietilene e sul poliuretano.

Lo scritto proporrà un'introduzione teorica sulla differenziazione, strategia largamente utilizzata dalle imprese per reagire ai continui mutamenti dell'ambiente di riferimento e soddisfare le esigenze dei clienti; in seguito ripercorrerà la storia dell'azienda attraverso tutte le fasi di sviluppo dei prodotti che l'hanno portata fino ad oggi, in modo da avere una visione d'insieme chiara di come SLIDE, fin dall'inizio, abbia sempre avuto la volontà di diversificare la propria offerta. Seguiranno due analisi di mercato specifiche: la prima, relativa al contesto dell'arredo generico, sarà strumentale alla comprensione delle condizioni del contesto in cui l'azienda opera attualmente attraverso la sua produzione in polietilene. A scopo di confronto, verrà poi condotta un'analisi più specifica relativa al mercato del mobile imbottito e del settore Contract: il fine sarà quello di capire come la nuova gamma di prodotti SLIDE in poliuretano, diversi dal polietilene grazie alla morbidezza del materiale che conferisce comodità ed adattabilità ad ambienti indoor,



ASSOLOMBARDA
Confindustria Milano Monza e Brianza

possa inserirsi e sfruttare i trend del contesto per crescere e posizionarsi in maniera stabile, incontrando le esigenze di questi particolari target di clientela.

Sulla base delle elaborazioni condotte, verrà infine proposta una visione personale dei vantaggi e degli svantaggi legati al processo di differenziazione, insieme ad alcune ipotesi legate all'organizzazione e presentazione delle nuove collezioni ed alle conseguenti modalità di comunicazione delle novità, al fine di raggiungere il cluster di clientela identificato.

In generale, SLIDE Srl si è rivelato un caso di differenziazione molto interessante: l'evoluzione dei prodotti è stata lenta ma radicale, come si potrà evincere dalla storia dell'azienda; il management inoltre è sempre stato attento alle opportunità del mercato di riferimento e non ha mai smesso di proporre nuove collezioni e di implementare processi produttivi innovativi, in modo da incontrare i cambiamenti nella domanda.

Partendo dai dati forniti dall'azienda, le elaborazioni presentate hanno evidenziato ancor di più i punti di forza e di debolezza della strategia di differenziazione e hanno permesso la formulazione oculata di supposizioni riguardanti il futuro dell'impresa.



PIANO STRATEGICO 2014-2016
50 PROGETTI PER RILANCIARE LE IMPRESE E IL TERRITORIO
PROGETTO TESI DI LAUREA SULLE IMPRESE