



MAIL BOXES ETC.<sup>®</sup>  
#PeoplePossible



MBE  
**CREATIVITY**  
**DAY** #PrintPossible



Fatto?



# Agenda



**Botanica**



**Supereroi**



**Ruote**  
(più o meno panoramiche)

# I Principi della Crescita



# Anatomia della crescita

- Radici – Cash flow
- Tronco – business focus
- Rami – diversificazione e espansione
- Stagioni – come prepararsi a gestire periodi positivi e negativi
- Anelli di accrescimento – fare Tesoro del passato (dati)



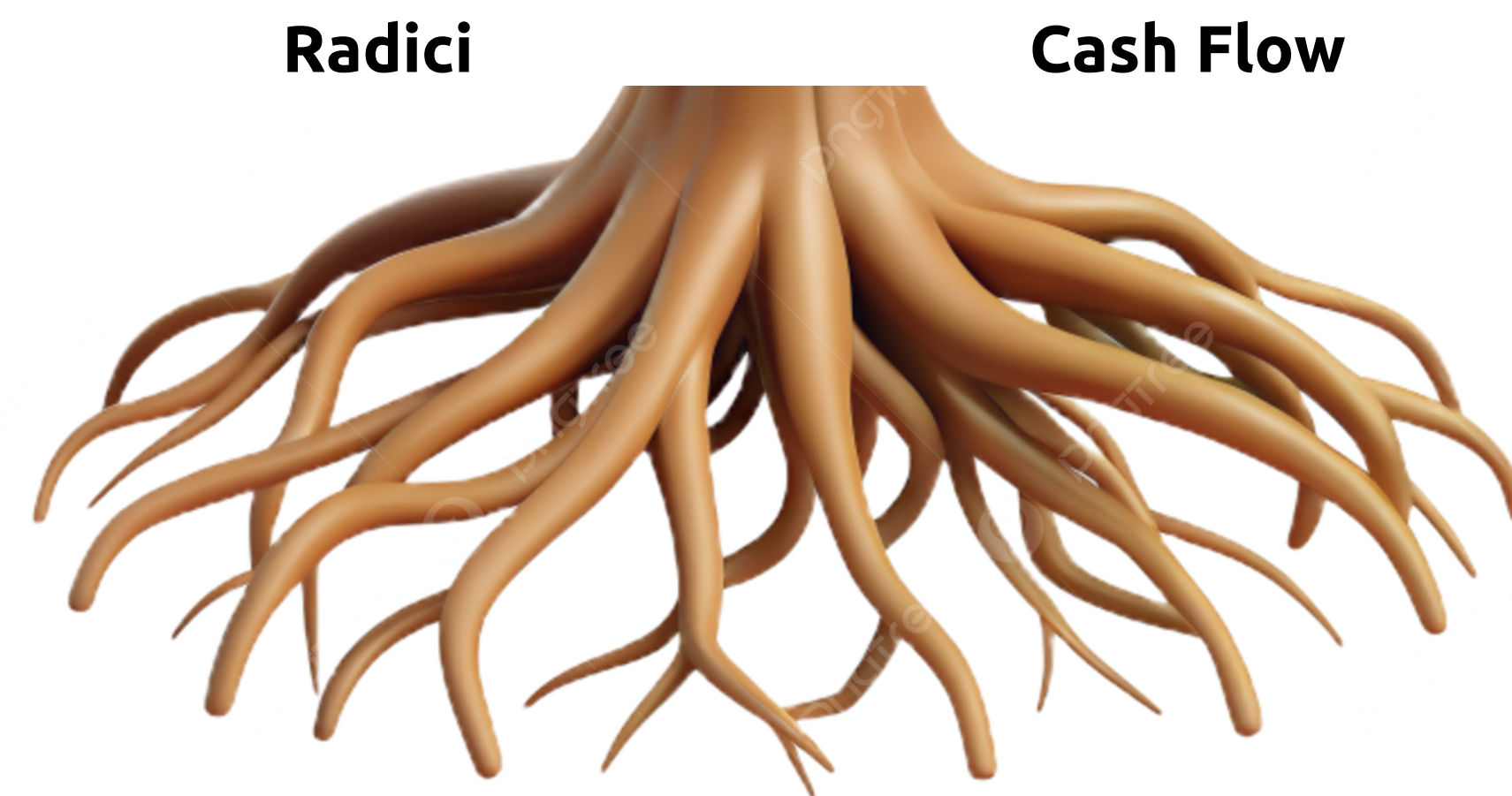
# Principio 1: create radici solide

## Alberi

- Non può essere più alto delle sue radici; per prima cosa stabiliscono le loro radici e forniscono il nutrimento per la crescita
- Una piantina mette rapidamente radici nel terreno alla ricerca di acqua. Le radici si diramano in tutte le direzioni finché una non raggiunge una fonte d'acqua.
- Un albero non può sopravvivere in assenza di radici forti
- Un albero non può cavarsela in assenza di acqua

## Imprese

- Le aziende non superano i momenti difficili senza principi solidi e ben radicati (la cultura)
- Le aziende non se la cavano senza cash flow...vendite



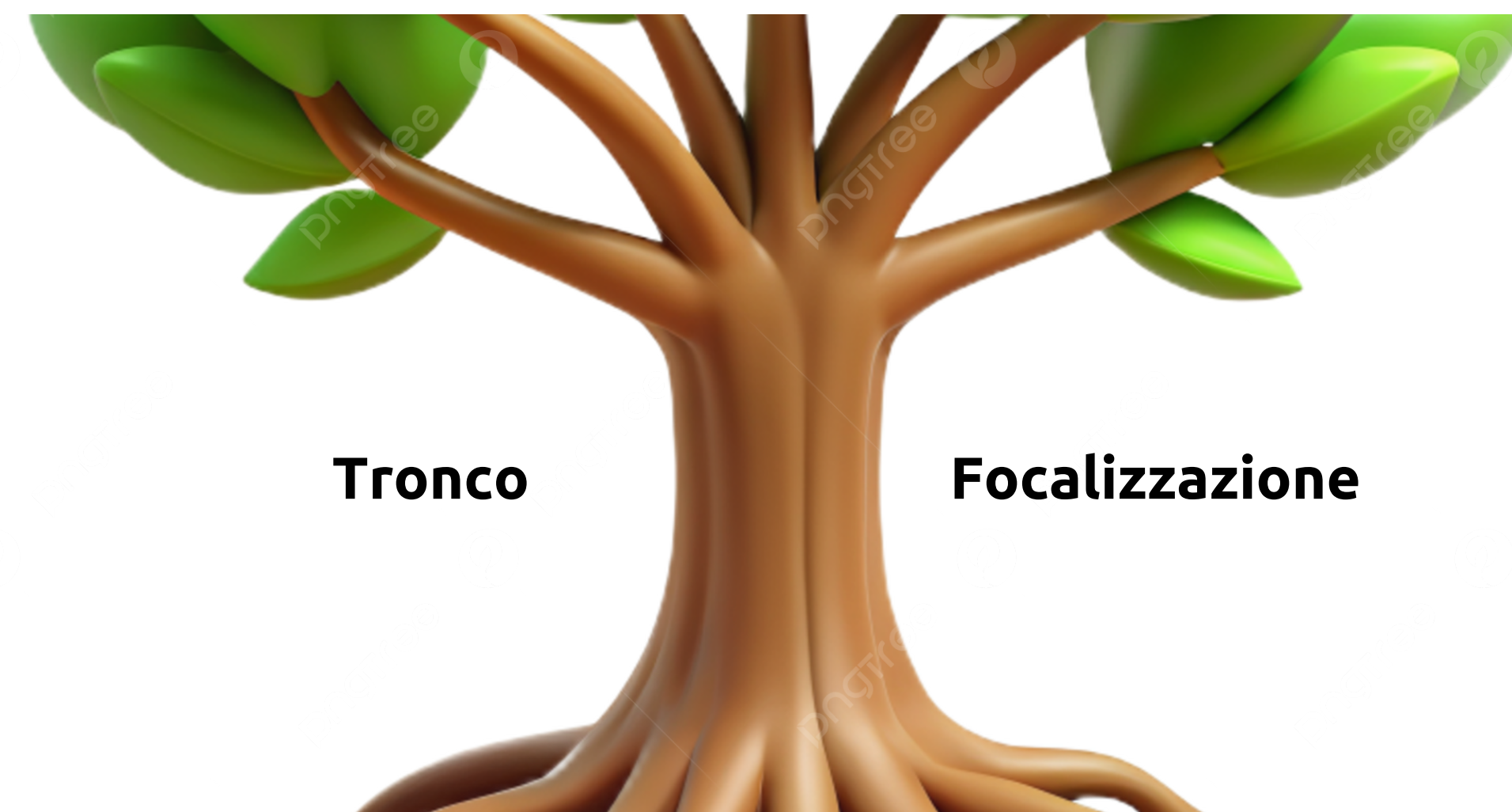
# Principio 2: Crescita mirata

## Alberi

- Una volta che un albero trova l'acqua, cambia il suo modo di crescere: da un'espansione e diversificazione iniziale, passa a concentrarsi sul tronco — un unico, grande tronco che cresce verso l'alto.
- Competono per la luce solare con gli altri alberi
- Quindi, quelli che mantengono il focus più a lungo e crescono più velocemente ottengono la maggior parte della luce solare.

## Imprese

- Una volta messe le radici e trovata la fonte d'acqua, smettete di fare tentativi con troppe cose diverse e focalizzatevi



# Qual è il tuo «superpotere»?



© LIVE PENCIL

# Esercizio 1

## Chi sono I tuoi 3 clienti più importanti? Perchè?

- Fatturato
- Margini
- Facilità di lavorarci
- Perchè rappresentano una referenza
- Avete ottimizzato I processi
- Area in cui operano/nicchia di mercato



# Esercizio 2

## In che modo acquisisci nuovi clienti?

- Esperienza
- Staff
- Apparecchiature/tecnologie
- Perché rappresentano una referenza
- Capacità
- Modo di lavorare



# Esercizio 3

## Quali sono i tuoi 3 prodotti/servizi vincenti? Perché?

- Piccolo formato
- Largo formato
- Mailing
- Prodotti promozionali
- Packaging personalizzato
- Digital Marketing
- Design grafico



# Qual è la tua «Kryptonite»?



# Esercizio 4

## Chi sono I tuoi 3 peggiori clienti? Perchè?

- Fatturato
- Margini
- Difficoltà di lavorarci
- Processi inefficienti
- Tempi richiesti
- Area in cui operano/nicchia di mercato



# Esercizio 5

## Cosa li rende i più “rognosi”?

- Esperienza
- Staff
- Apparecchiature/tecnologie
- Perché rappresentano una referenza
- Capacità
- Modo di lavorare



# Esercizio 6

## Quale/i prodotti/servizi sono una spina nel fianco? Perchè?

- Piccolo formato
- Largo formato
- Mailing
- Prodotti promozionali
- Packaging personalizzato
- Digital Marketing
- Design grafico



# La Lampada di Aladino



# Esercizio 7

## Se disponeste di una Lampada (con Genio) aziendale

Se l'aveste e soldi e risorse non fossero un ostacolo, cosa vi piacerebbe avere a disposizione per creare il business Migliore del mondo?

- Se I soldi non fossero un problema mi piacerebbe...
- Come sarebbe bello se potessi...



# Esercizio 8

## Se la lampada l'avesse il vostro cliente

Cosa gli piacerebbe la vostra Azienda facesse per lui oggi?...domani?...fra 5 anni?

- Se avessero la lampada gli faciliterebbe la vita...
- Cosa gli farebbe fare più business?
- Cosa gli ridurrebbe il lavoro?
- Cosa li renderebbe Migliori o...I Migliori?

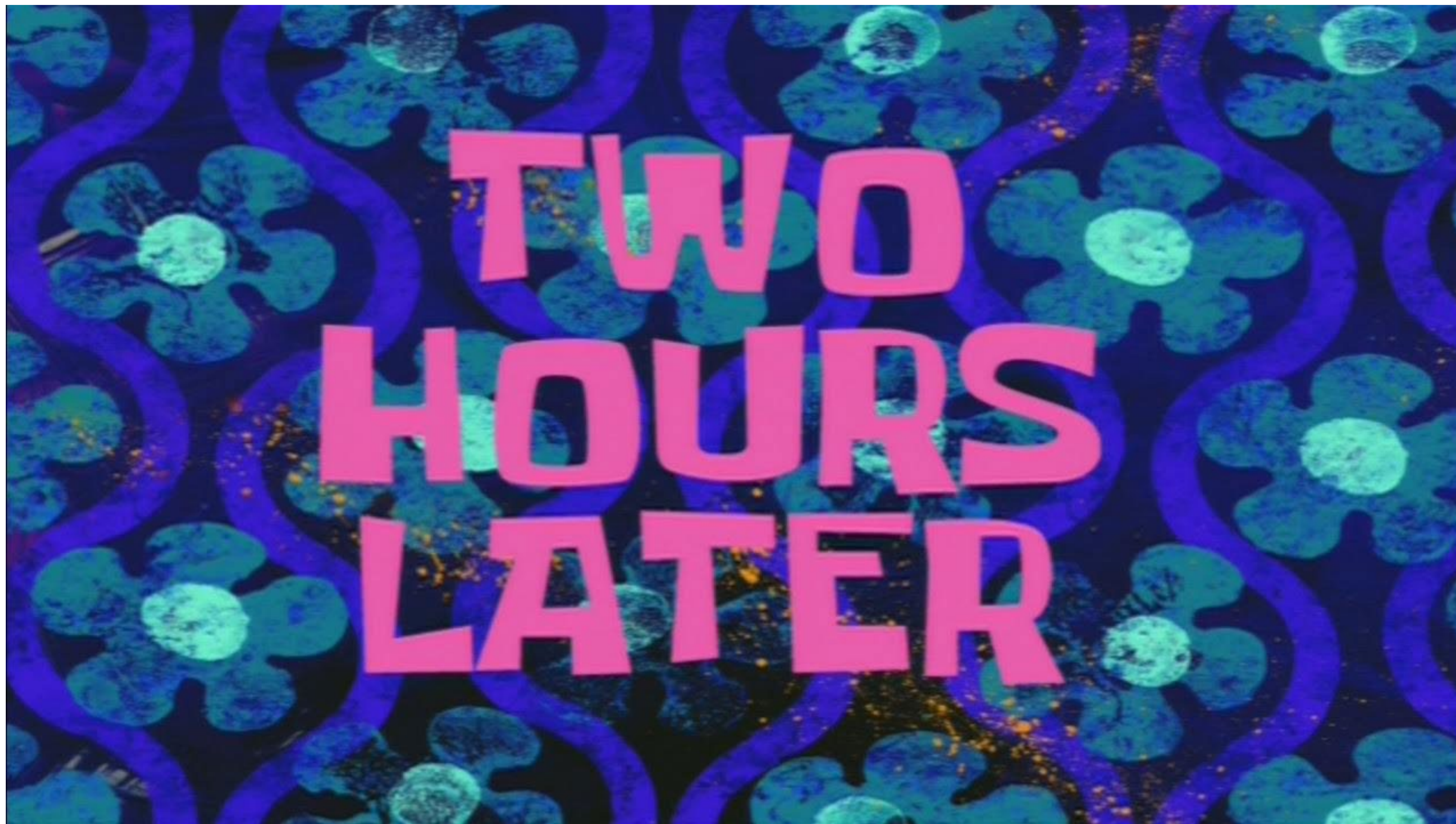


# Esercizio 9

Adesso conservate accuratamente ciò  
che avete scritto

Lunedì tornate nel vostro Centro, riprendete i  
vostri appunti e avrete un piano





# Esercizio 10

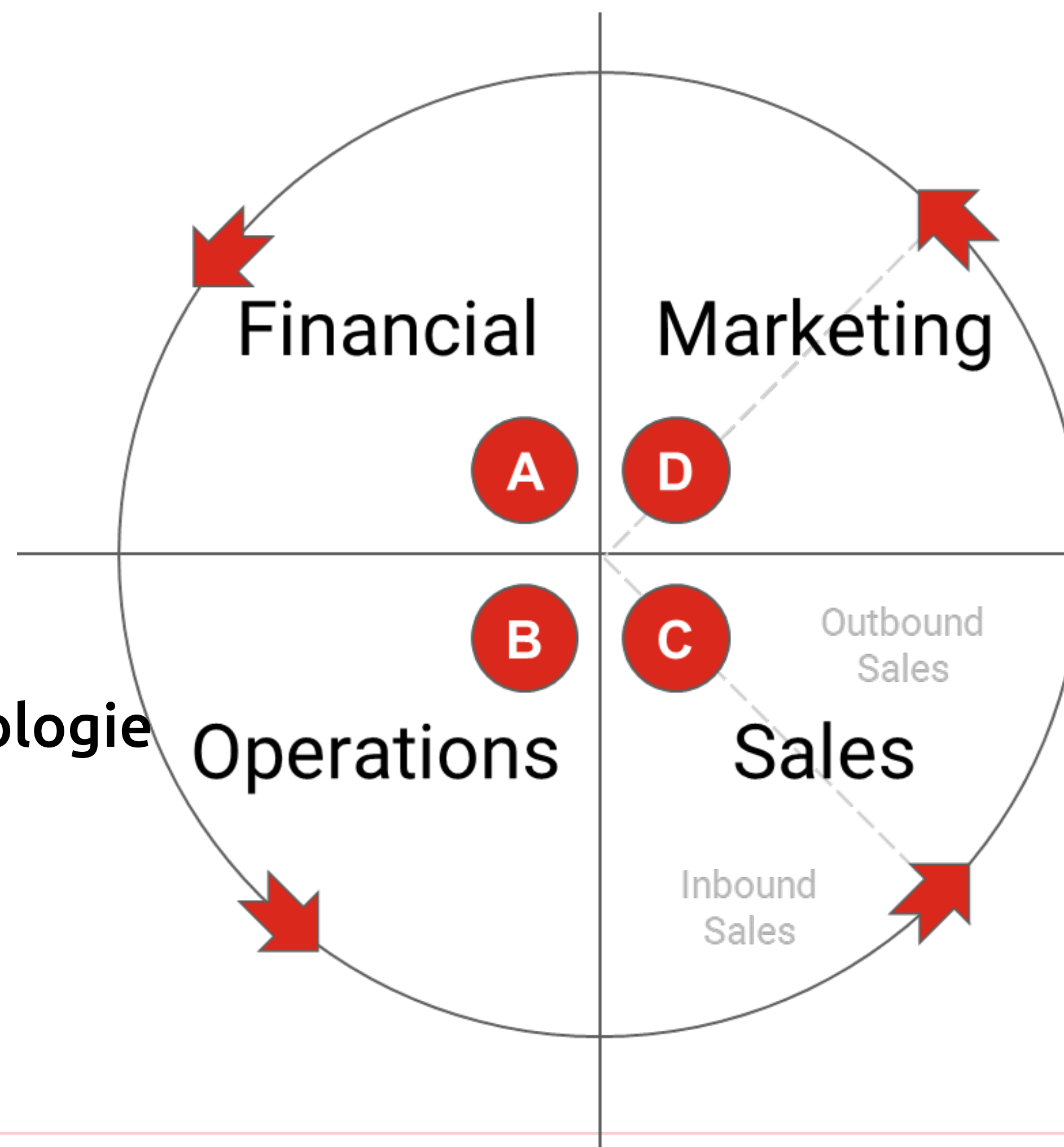
## La Ruota dell'eccellenza

### Eccellenza Finanziaria

- Cash Flow
- Capitale circolante
- Margini

### Eccellenza operativa

- Selezione dei Partner/tecnologie strategici
- Mix insourcing/outourcing
- Formazione interna
- Controllo qualità



### Il vostro mix

- Quali prodotti
- Per quali clienti
- Con quali strumenti
- Pricing

### Le leve della crescita

- Acquisizione nuovi clienti
- Retention
- Cross selling



# Thanks!

