

Padova, 28 Novembre 2013

# MANCO PANSA, PI TESTA

---

Dall'emozione alla pianificazione,  
il nostro cambiamento di rotta.

CHIARA NAPOL strategic designer  
LIVIO TORRESAN operations manager



**CHIARA NAPOL**

strategic designer

**LIVIO TORRESAN**

operations manager



fondata nel  
**1967**





fondata nel

**1967**

si estende per

**20.000**mq



fondata nel

**1967**

si estende per

**20.000**mq

fatturato medio ('07-'12)

**15**mln €



creiamo mobili in  
**VERO LEGNO**



creiamo mobili in  
**VERO LEGNO**

caratterizzati da  
**SAPIENTE ARTIGIANALITA'**

creiamo mobili in  
**VERO LEGNO**

caratterizzati da  
**SAPIENTE ARTIGIANALITA'**

che danno al progettista  
**MASSIMA LIBERTA' DI ESPRESSIONE**

**PERCHÉ NOI?**

# Miglioramenti random

L'ultimo problema è quello più urgente, che mi ricordo di risolvere

# Miglioramenti random

L'ultimo problema è quello più urgente, che mi ricordo di risolvere

# Market pull

Ascoltiamo l'agente o il fornitore di turno

# Miglioramenti random

L'ultimo problema è quello più urgente, che mi ricordo di risolvere

# Market pull

Ascoltiamo l'agente o il fornitore di turno

# Follower

“Aspettiamo di vedere cosa fanno gli altri”



Cliente: “Bella quest’anta, quando sarà disponibile?”

Espositore: “Non so, volevamo fare un **test** in fiera”

C: “Bello questo colore, quando sarà disponibile?”

E: “Non so, volevamo fare un **test** in fiera”

C: “Interessante questo sistema, quando sarà disponibile?”

E: “Non so, volevamo fare un **test** in fiera”

Piccola guida semiseria al Salone v. 2.0 (2012) (fonte <http://www.pierangeloranieri.com/>)

**L'OPPORTUNITÀ**



Diminuzione del fatturato  
Diversificazione dei bisogni dei clienti  
Richiesta riduzione dei tempi di consegna



Aumento dei modelli e del n° di componenti  
Incremento dei prodotti speciali  
Troppi modelli in produzione ,  
piccole quantità portate all'esterno

Diminuzione del fatturato  
Diversificazione dei bisogni dei clienti  
Richiesta riduzione dei tempi di consegna



Aumento dei costi di sviluppo  
Diminuzione della produttività  
Più errori sulle previsioni di vendita

Aumento dei modelli e del n° di componenti  
Incremento dei prodotti speciali  
Troppi modelli in produzione ,  
piccole quantità portate all'esterno

Diminuzione del fatturato  
Diversificazione dei bisogni dei clienti  
Richiesta riduzione dei tempi di consegna



Aumento della produzione su previsione  
Aumento delle scorte  
Aumento dei costi di gestione

Aumento dei costi di sviluppo  
Diminuzione della produttività  
Più errori sulle previsioni di vendita

Aumento dei modelli e del n° di componenti  
Incremento dei prodotti speciali  
Troppi modelli in produzione ,  
piccole quantità portate all'esterno

Diminuzione del fatturato  
Diversificazione dei bisogni dei clienti  
Richiesta riduzione dei tempi di consegna

## STRUTTURA CON COSTI ELEVATI!



Aumento della produzione su previsione  
Aumento delle scorte  
Aumento dei costi di gestione

Aumento dei costi di sviluppo  
Diminuzione della produttività  
Più errori sulle previsioni di vendita

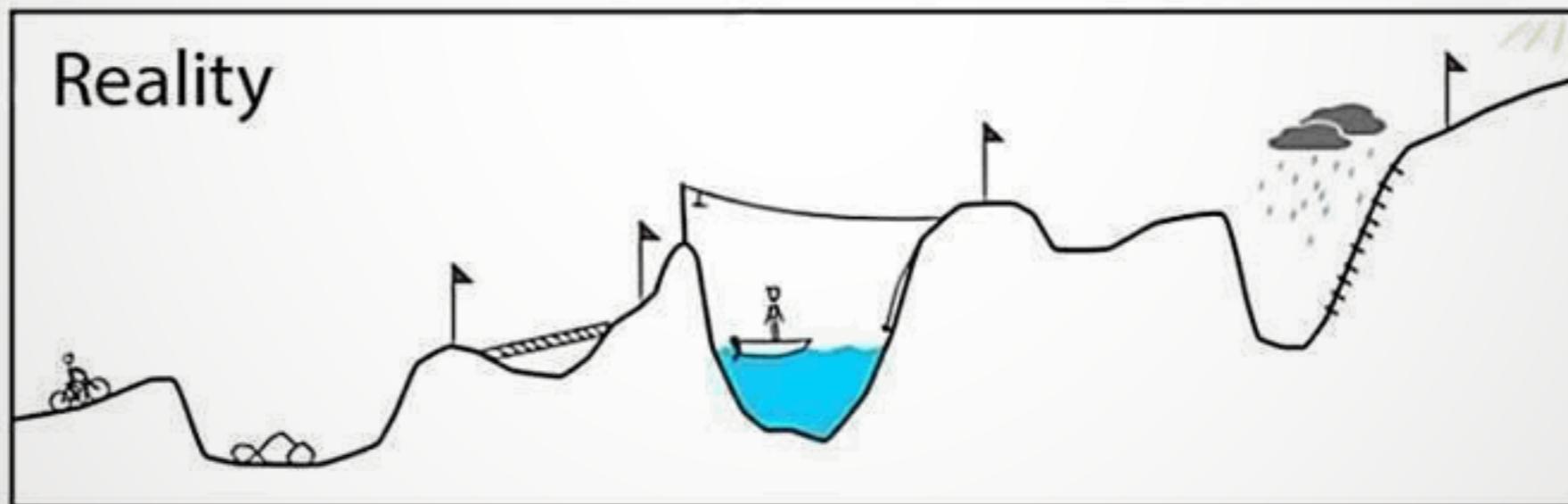
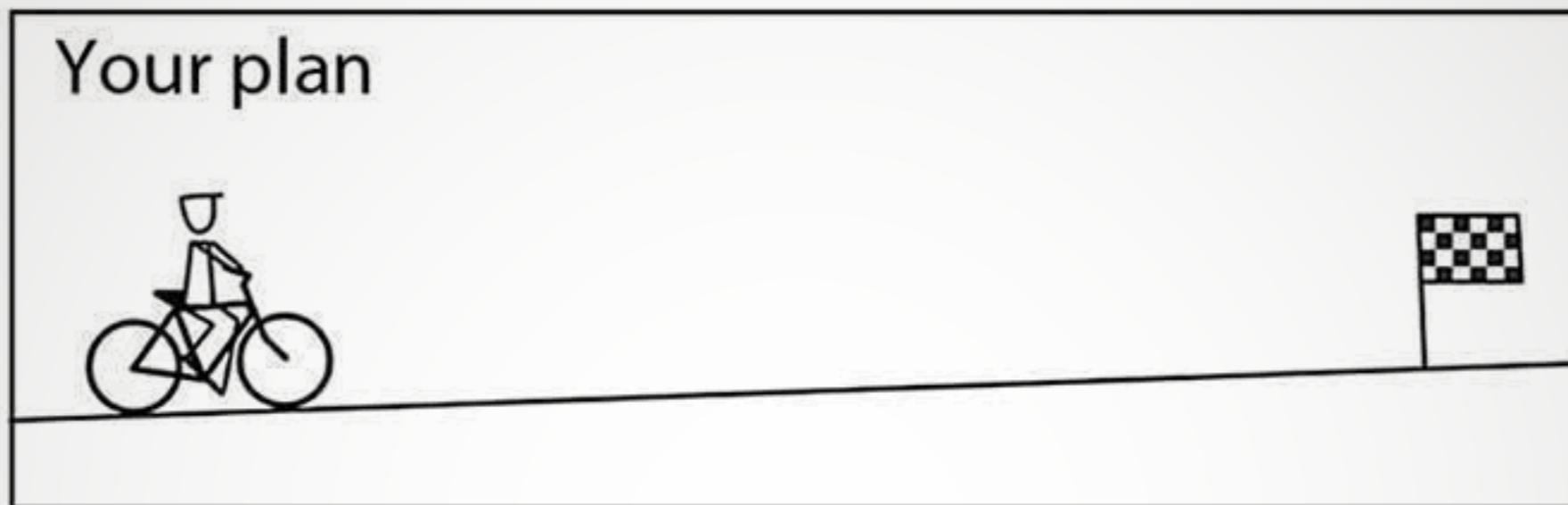
Aumento dei modelli e del n° di componenti  
Incremento dei prodotti speciali  
Troppi modelli in produzione ,  
piccole quantità portate all'esterno

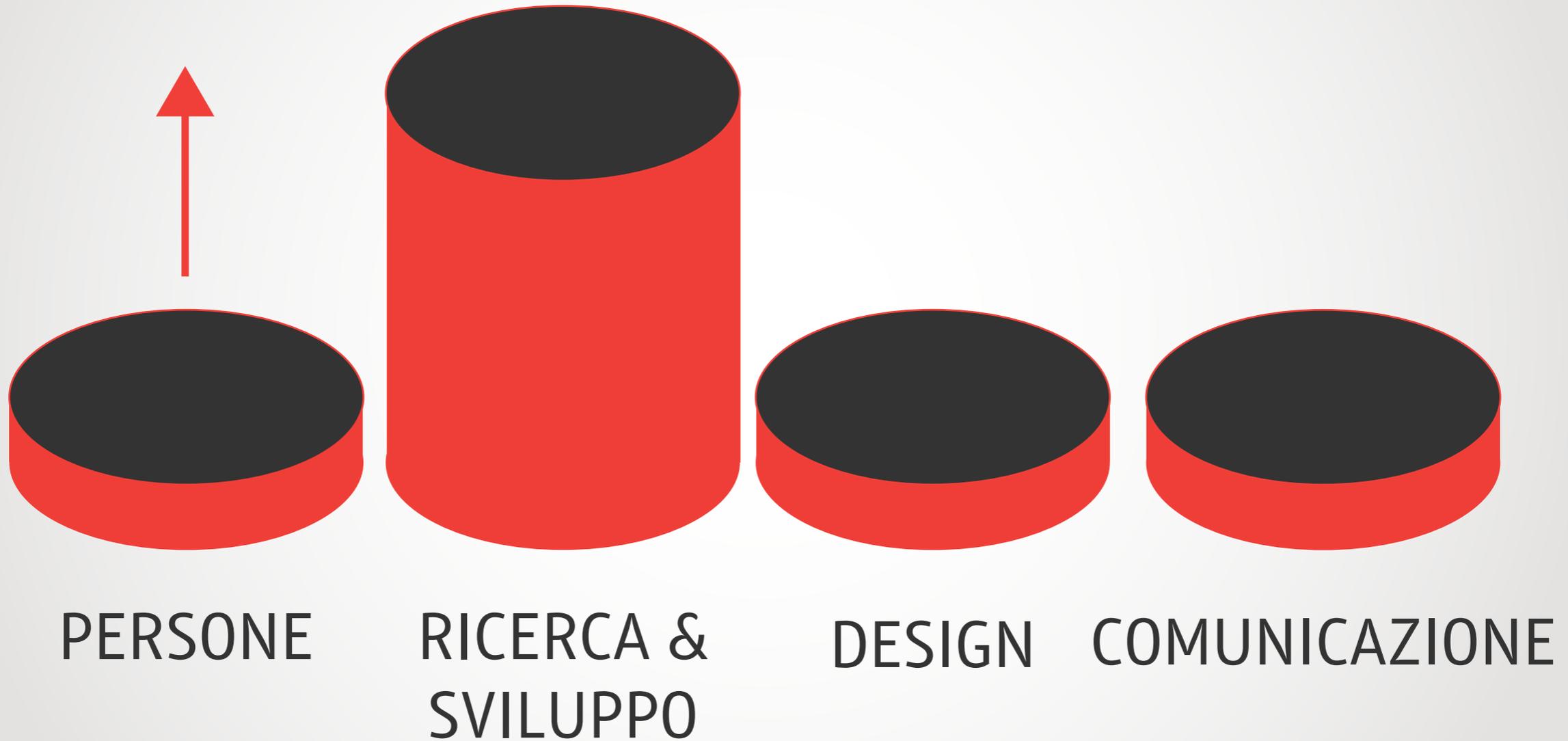
Diminuzione del fatturato  
Diversificazione dei bisogni dei clienti  
Richiesta riduzione dei tempi di consegna



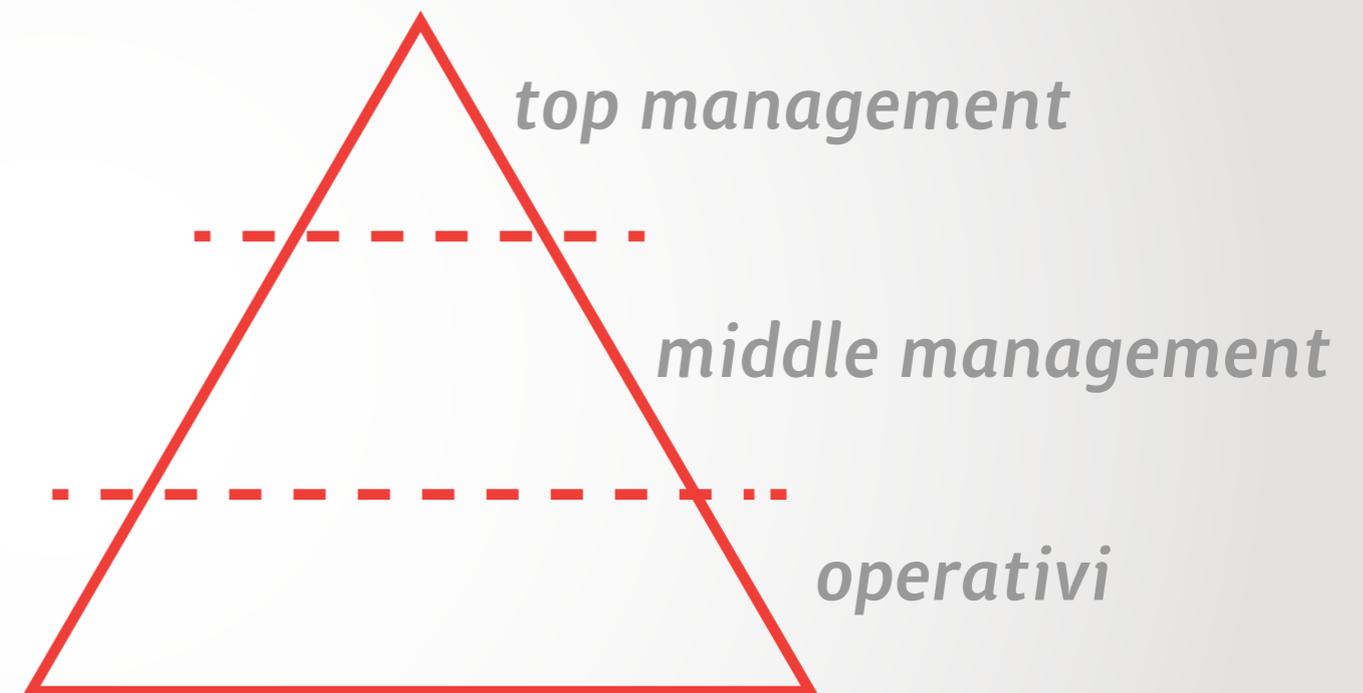
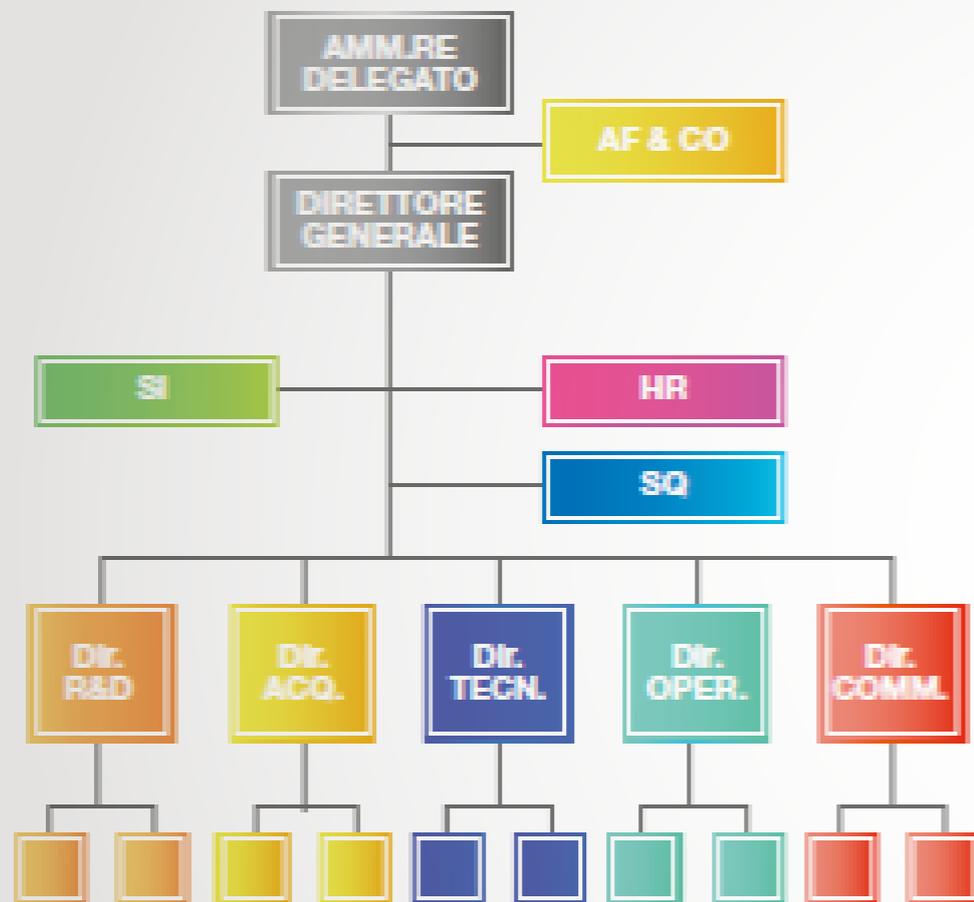




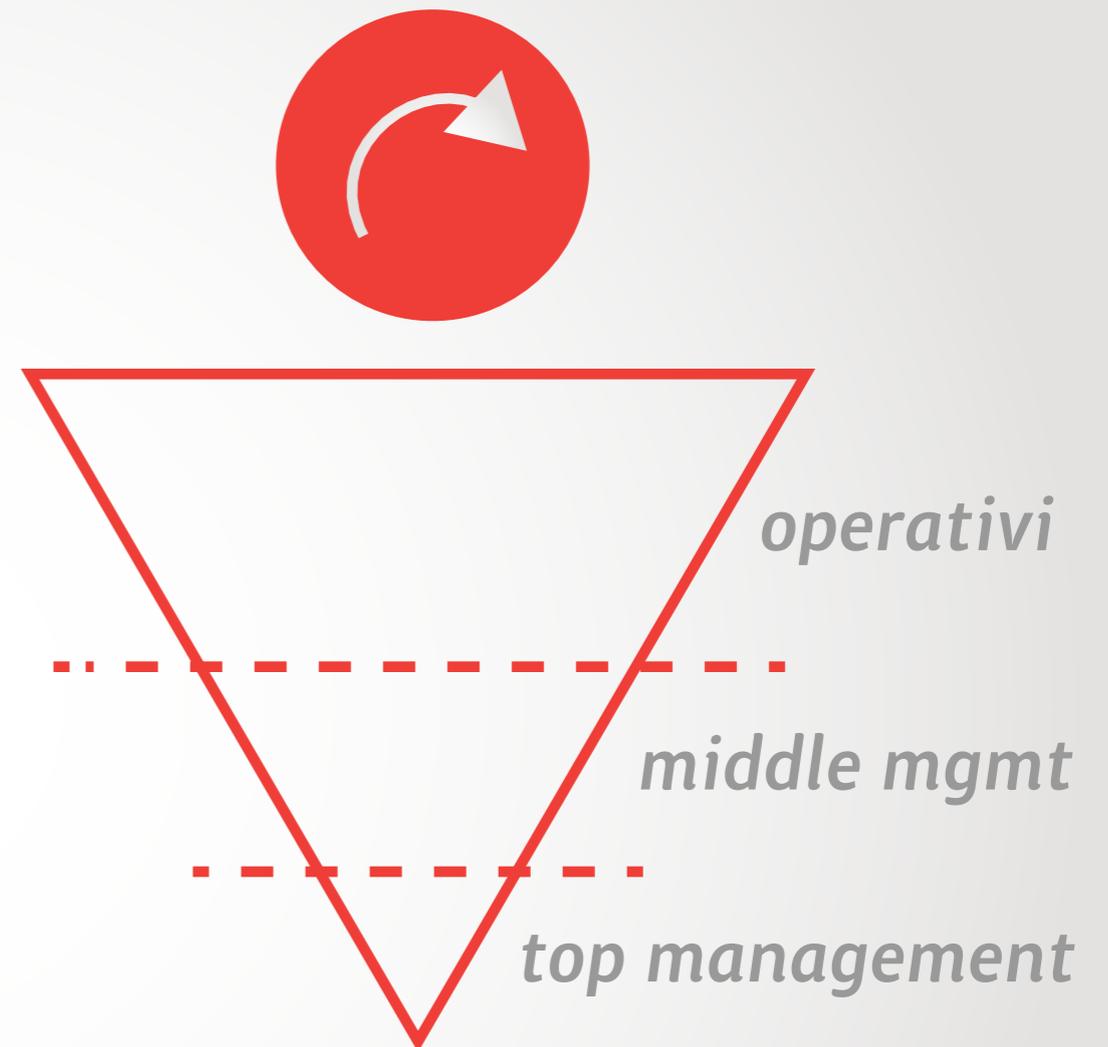
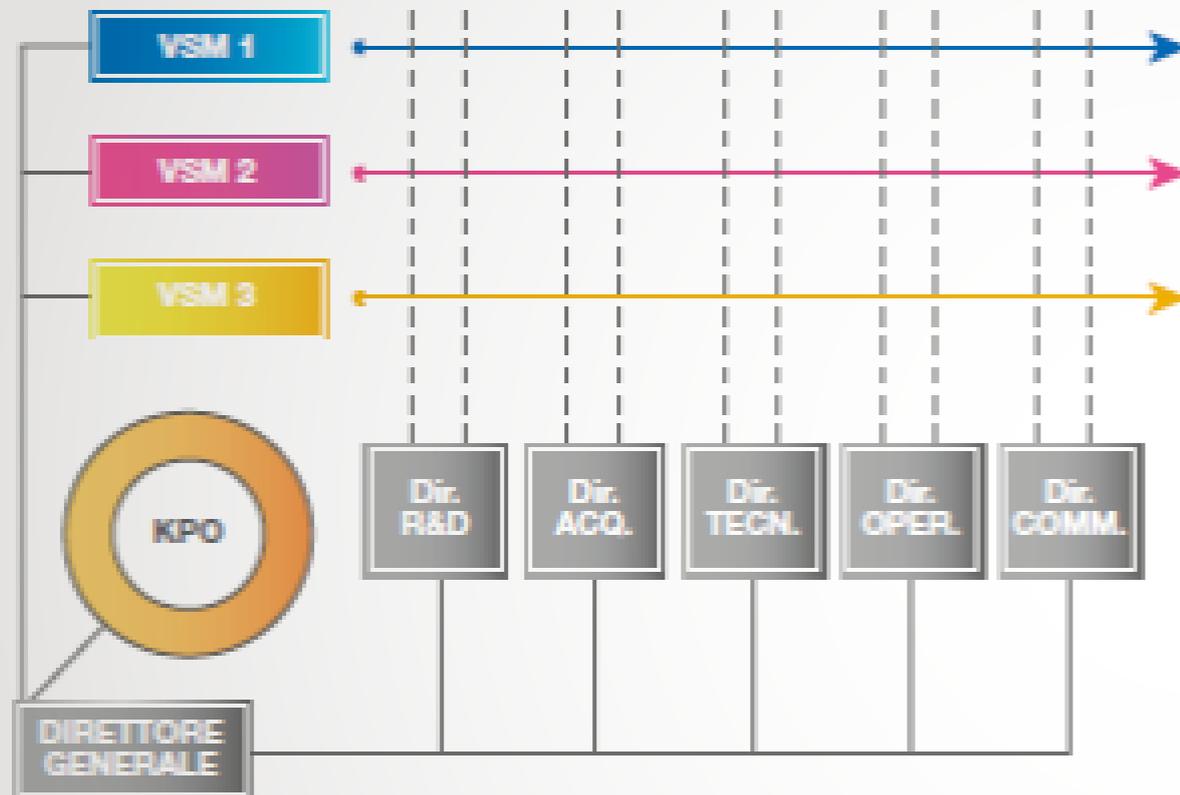




**LE PERSONE  
INNANZITUTTO**

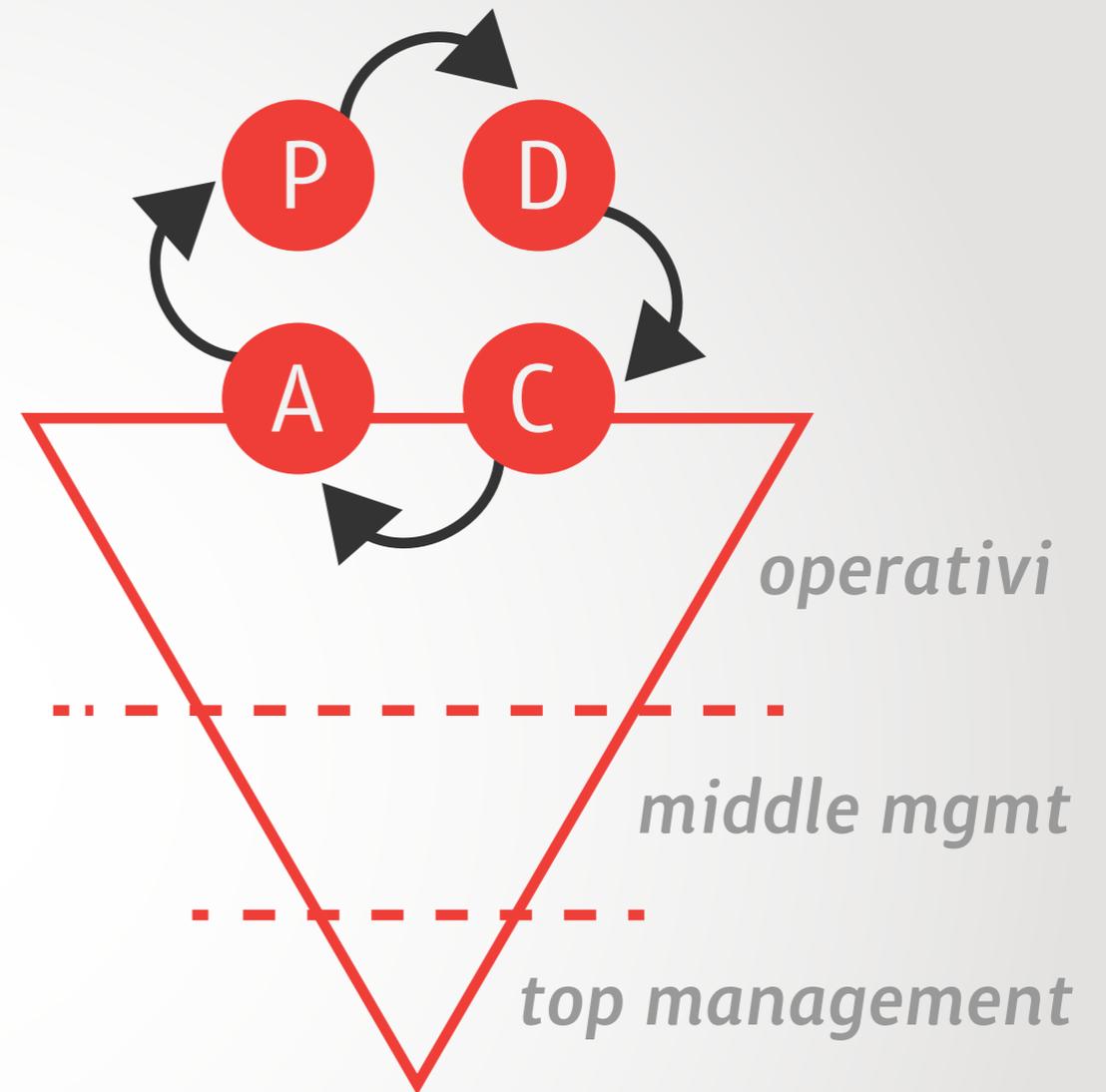


Dall'azienda tradizionale all'azienda snella (fonte CUOA Lean Enterprise Center)



Dall'azienda tradizionale all'azienda snella (fonte CUOA Lean Enterprise Center)

**TUTTI PORTANO  
SOLUZIONI**  
e sono autori e fautori  
di progetti  
di miglioramento



Dall'azienda tradizionale all'azienda snella (fonte CUOA Lean Enterprise Center)

**PRIMA & DOPO**

Venerdì sera  
h. 18.30:

**COSA  
FACCIAMO?**

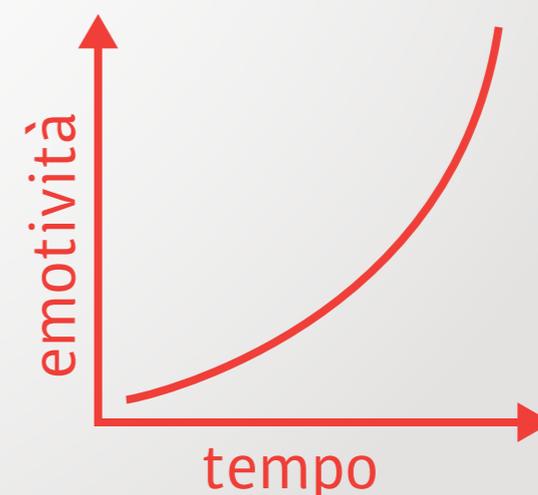
# RIUNIONE!

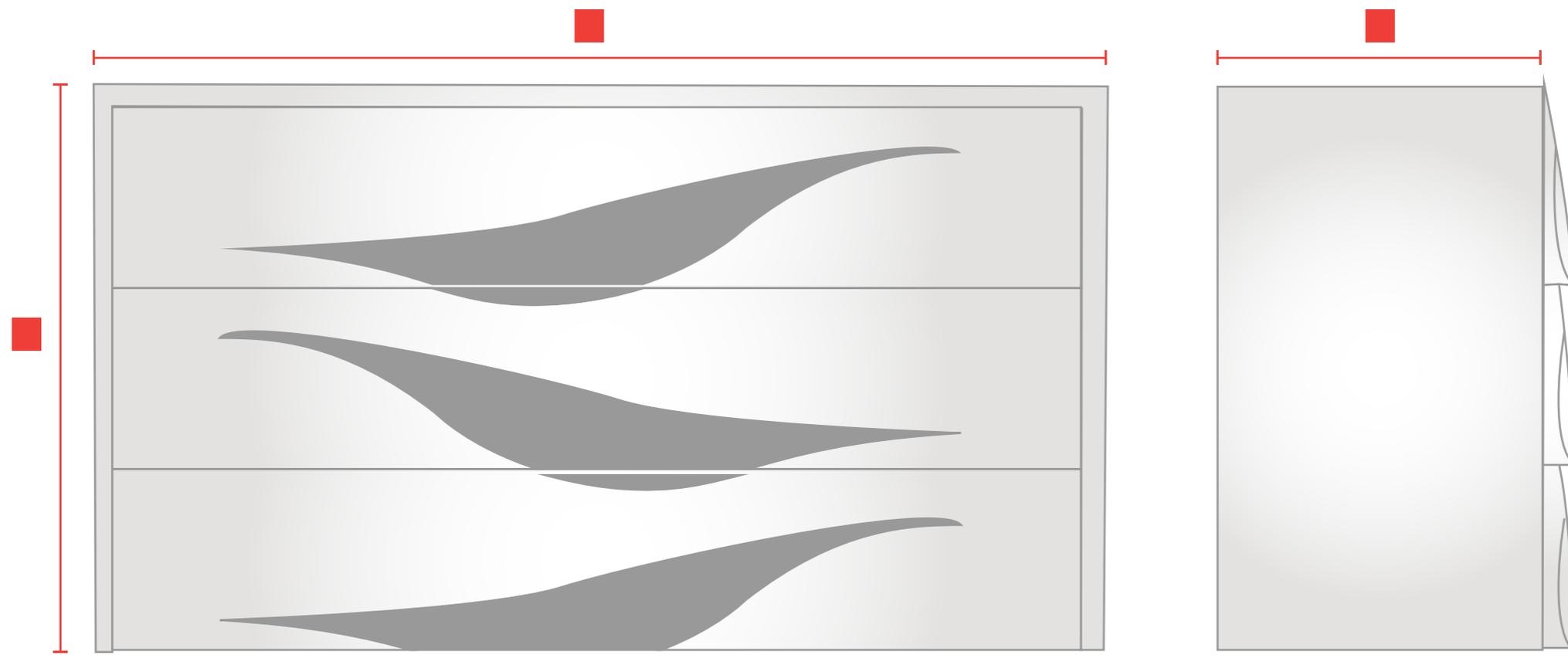
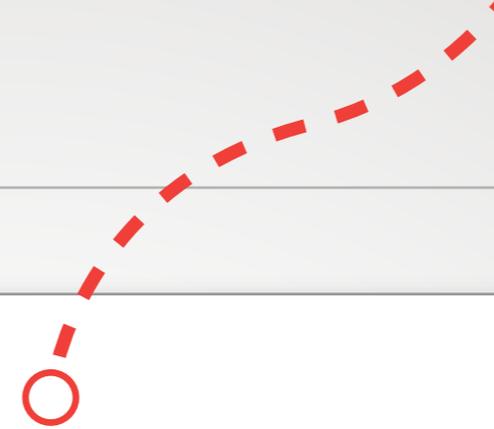


non ci sono emergenze particolari,  
si discute di azioni future:  
è troppo presto, restano parole al vento



è già troppo tardi (emergenza fiera):  
non si fa in tempo a pianificare,  
bisogna **AGIRE**





Non sono certo le condizioni migliori per

**VALUTARE UN NUOVO PRODOTTO**

|                      |     |
|----------------------|-----|
| ██████████           |     |
| ████████████████████ |     |
| ████                 | ⊗ ⊙ |
| ████████████████████ |     |

# Giudizio frettoloso

del top e middle management  
(e di tutti quelli che passano di là)

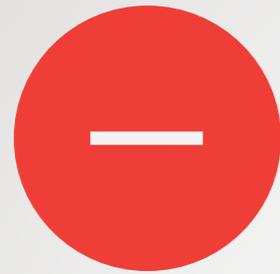
# Si parte!

# Giudizio frettoloso

del top e middle management  
(e di tutti quelli che passano di là)

## Si parte!

...ma presto ci si rende conto che si è intrapresa  
una strada sbagliata. Bisogna ricominciare da capo,  
con tempi ancora più stretti



Difficoltà tecniche

Costo alto

Credenze, "frasi tipiche" e *sensazioni*

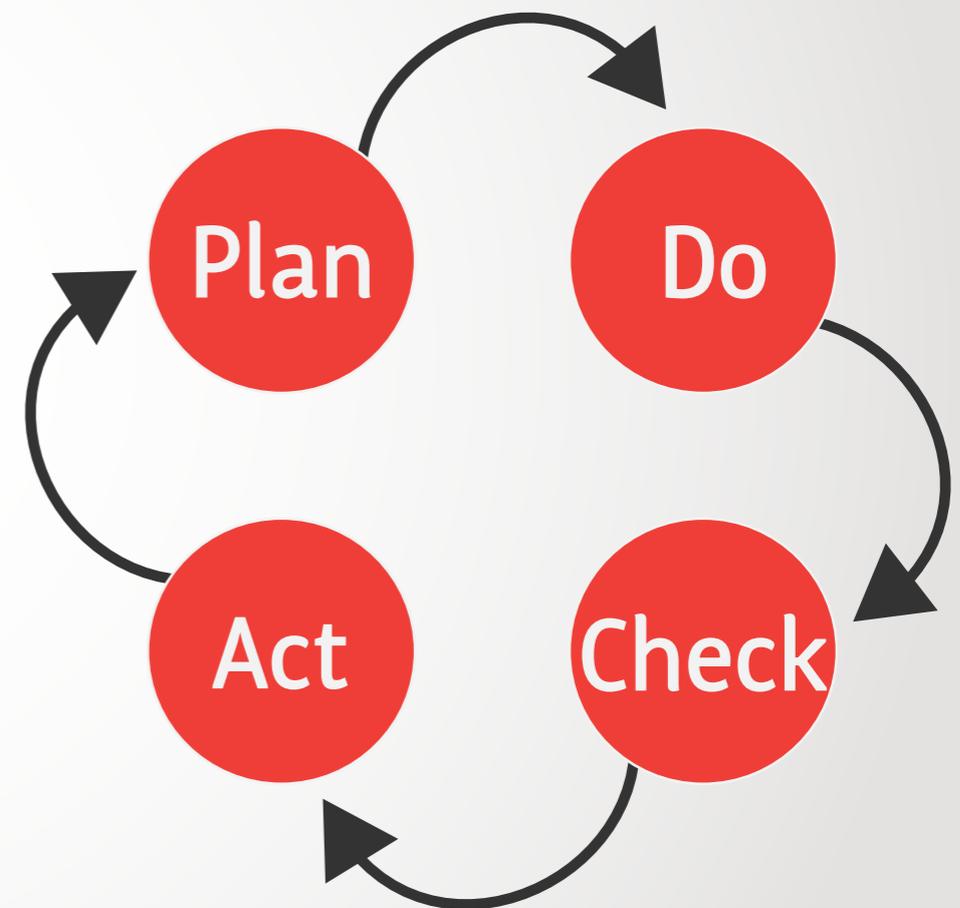
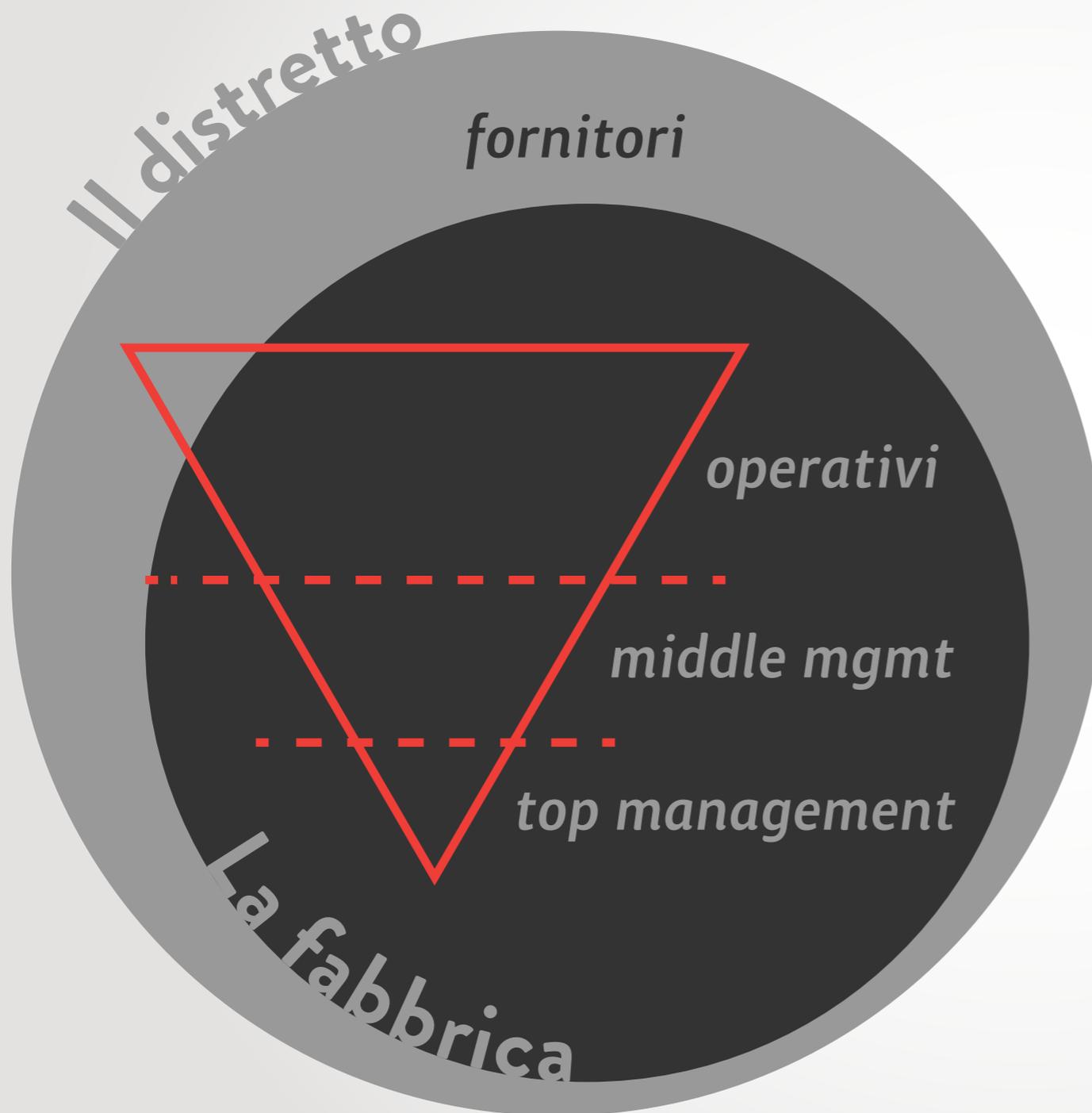


# DISCONTINUITÀ & RESISTENZA

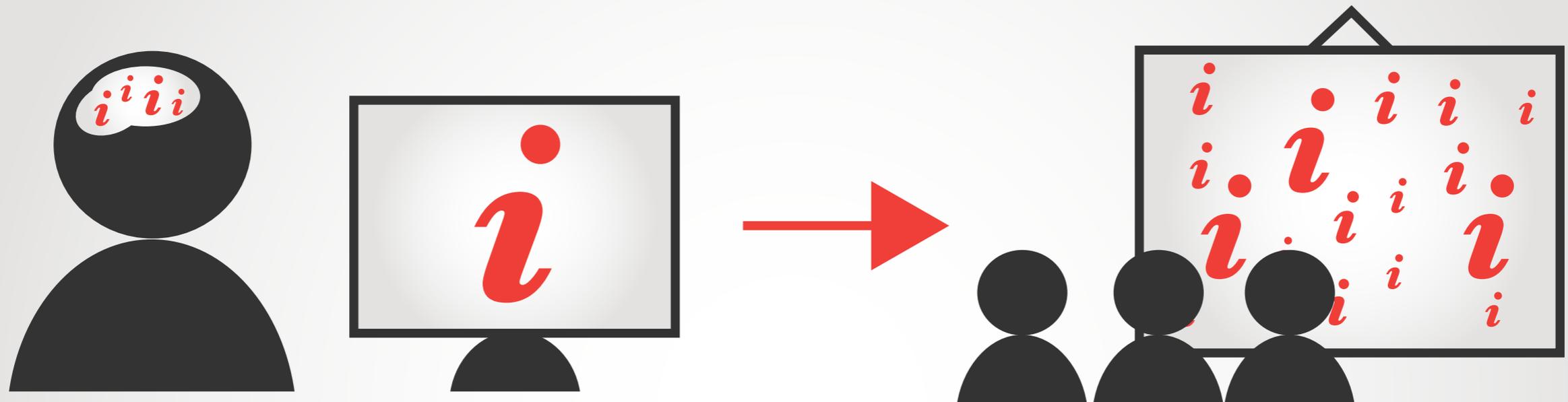
Ci si ferma di fronte ad ogni ostacolo,  
e alla fine si decide di abbandonare il progetto



## 1) *Le persone hanno le soluzioni!*



## 2) Visual management



# CONDIVISIONE & ESPLICITAZIONE

delle informazioni





## Controllo programmazione SEGHIERIA 2013

Team: Massimo-Luciano-Antonio-Stefano

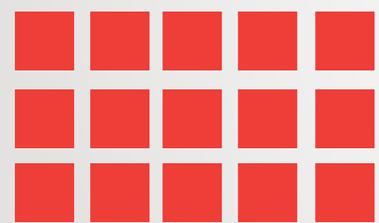
| Immessa Interna nr. | Week Assegnata | Week Produzione effettiva | Nr.week scostamento | Motivazione    |
|---------------------|----------------|---------------------------|---------------------|----------------|
| 3117                | 21             |                           |                     | WIP            |
| AR-ESS 311          | 21/22          | 22                        |                     | WIP            |
| 3076                | 21/22          | 25                        |                     | NON SEW        |
| 3070                | 21/22          | 22                        |                     | WIP            |
| 3086                | 21/22          |                           |                     | <del>WIP</del> |
| 3112                | 21/22          |                           |                     | WIP            |
| 32067               | 22             | 22                        |                     |                |



## 3) Briefing frequenti



# SETTIMANALI



# QUOTIDIANI



# PRIMA & DOPO

presentazione  
del prodotto in fiera

6/8 mesi per avere  
cataloghi e listini

la consegna del  
materiale inoltre  
era un'incognita

Aprile

Agosto

Settembre

Dicembre

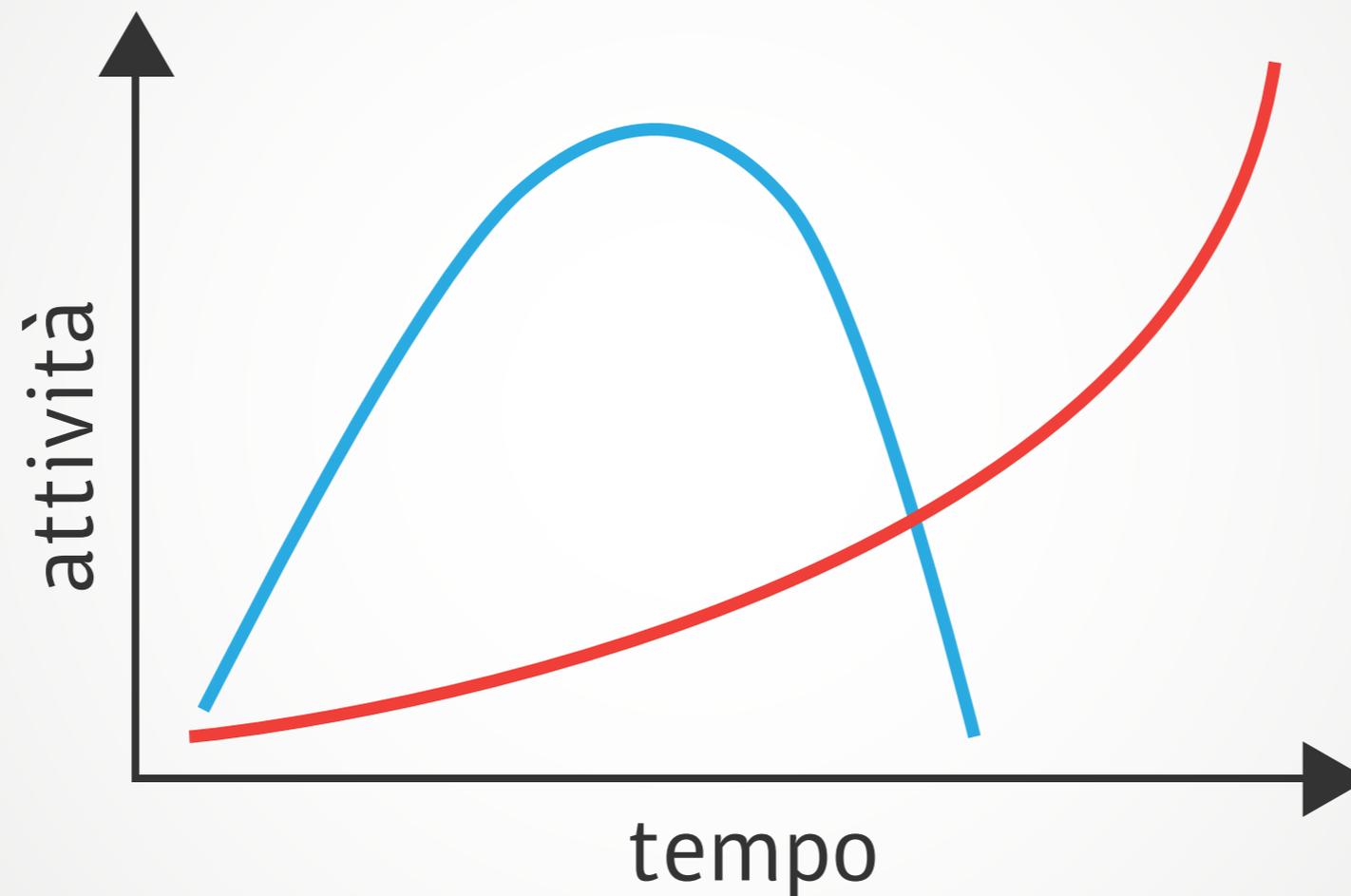
?

presentazione  
del prodotto in fiera

ad agosto cataloghi  
e listini pronti

consegne  
da metà settembre

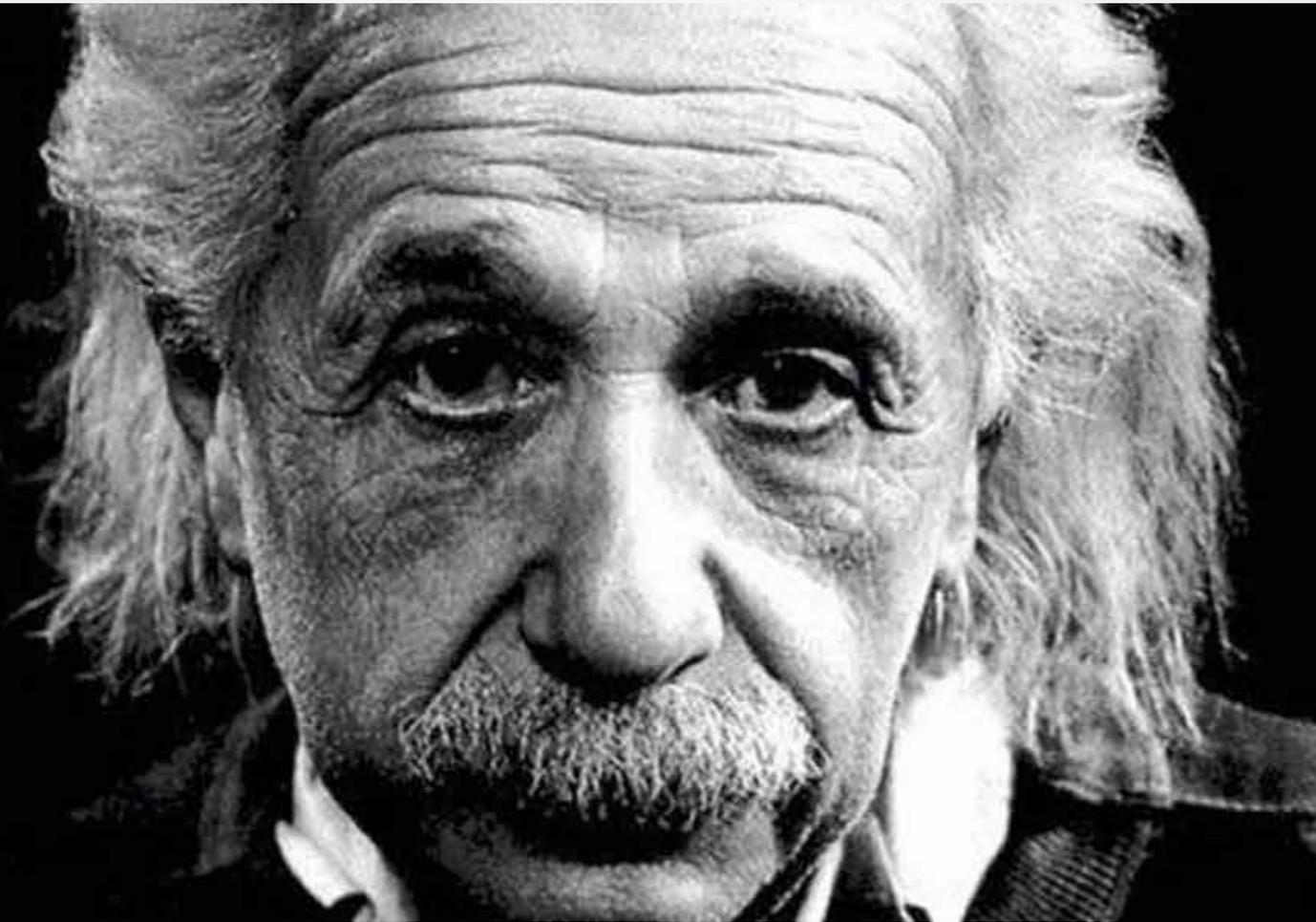
# PRIMA & DOPO



Time to market quasi dimezzato  
Attività svolte con anticipo rispetto alle scadenze

**CONCLUSIONI**





*Non possiamo pretendere  
di risolvere i problemi  
**pensando allo stesso modo**  
di quando li abbiamo creati.*



Il **vantaggio competitivo** non è (più) dato solo ed esclusivamente dal design del prodotto.

# PROCESSI INNOVATIVI

per offrire ai clienti finali un ecosistema di

**VALORI INTANGIBILI**

che sono per definizione

**ORIGINALI &**

**DIFFICILMENTE IMITABILI**

**GRAZIE**