



RICERCA FINALIZZATA & INNOVAZIONE

IN UN BRAND DI COMPONENTI RICONOSCIUTO NEL MONDO



Idee e strumenti per l'impresa manifatturiera del domani

INCONTRI VERTICALI

MAX SACCHI – RESEARCH MANAGER - VIBRAM LABS



TESTED WHERE IT MATTERS

VIBRAM

• **300+**
new models per year

• **35** million
soles per year

• **70** years
together

• **1** million +
Km of tests



n° **1**
in the world

• **120+**
countries served

• **1** million +
on line visitors

• **1.000**
partners



VIBRAM IS

all around the world



70° years of innovation

<p>1935</p>  <p>The tragedy</p>	<p>1936</p>  <p>The genial idea</p>	<p>1937</p>  <p>"Carrarmato" is the first Vibram sole</p>	<p>1945</p>  <p>The first production facility</p>	<p>1954</p>  <p>The K2 conquest</p>	<p>1965</p>  <p>Vibram in North America</p>	<p>1967</p>  <p>Vibram Security</p>	<p>1969</p>  <p>Golden plaque</p>
<p>1984</p>  <p>Vibram Evaflex</p>	<p>1988</p>  <p>Vibram Grip</p>	<p>1989</p>  <p>Vibram Gumlite</p>	<p>1991</p>  <p>The first PU innersole</p>	<p>1994</p>  <p>Vibram Ecostep</p>	<p>1995</p>  <p>Vibram Clusaz Rigid System</p>	<p>1998</p>  <p>The landing in the Far East</p>	<p>1999</p>  <p>Vibram Tester Team</p>
<p>2000</p>  <p>Yellow Tag International</p>	<p>2001</p>  <p>Vibram Monster</p>	<p>2002</p>  <p>The Annapurna conquest</p>	<p>2003</p>  <p>Flop Flip</p>	<p>2004</p>  <p>VSM Technology</p>	<p>2005</p>  <p>FiveFingers</p>	<p>2006</p>  <p>Just for me</p>	<p>2009</p>  <p>The 70th anniversary</p>

VIBRAM: PROD/DEV & RICERCA

END USER NEEDS



DESIGN & COMPOUND



PERFORMANCE



➤ A budget of more than **4.0 M€** (> 2% of turnover)

VIBRAM: PROD/DEV & RICERCA

PROD/DEV

DAY BY DAY

PROBLEM SOLVING

CORTO E MEDIO TERMINE

FIERE
PROGETTI CLIENTI

LUNGO TERMINE

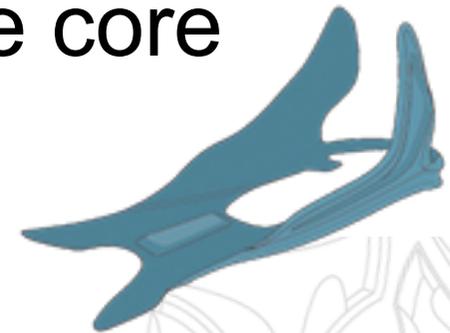
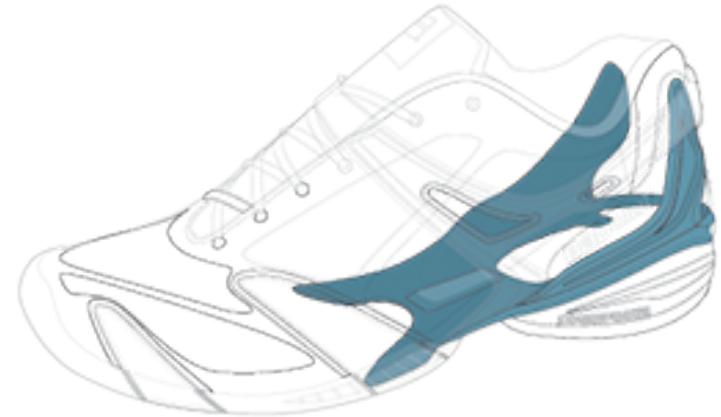
PROGETTI RICERCA CON CLIENTI
BLUE SKY

RICERCA... FINALIZZATA???

RICERCA FINALIZZATA

COSA SIGNIFICA “FINALIZZATA” PER VIBRAM???

- Vendere più soles
- Vendere più “midsole”
- Entrare in settori non attualmente core
-



LIMITI DI ESSERE VENDITORI DI "COMPONENTI"

- Spesso dobbiamo vendere la suola per UNA scarpa all'interno di una collezione, (non LA scarpa, ma UNA delle...).
- I clienti non possono investire CAPITALI su un solo prodotto quando ne hanno altri in collezione e da vendere!

Un cliente non può mettere vibram su tutta una collezione e ancor più lo stesso concetto su calzature di estrazione o gamma diversa

Quindi non può spendere tanto in marketing per un solo prodotto

Quindi comarketing con vibram

Vibram è presente solo sul top di gamma e una nuova tecnologia ancor di più!

Le novità tecnologiche vanno fatte conoscere!!! (marketing)

Vibram non può spendere tanto in marketing per un solo prodotto (nb: 400 nuovi progetti annui)

La tecnologia sul top di gamma deve essere almeno allineata come performance e "storia" ai migliori concorrenti sul mercato

NECESSITA' di una vera ricerca!!!

RICERCA FINALIZZATA ↔ COMARKETING

IN SUNTO:

1. LA SUOLA VIBRAM STA SOLO SUL "TOP DI GAMMA"
2. IL NOSTRO CLIENTE NON PUO' INVESTIRE IN MARKETING SOLO PER UN PRODOTTO DELLA GAMMA
3. IL COMARKETING TECNICO E' SEMPRE RICHiesto DAL CLIENTE
4. PERFORMANCE E "STORIA" SONO ASSOLUTAMENTE NECESSARIE



SE ABBIAMO:

- UN PRODOTTO CHE PERFORMA ALMENO COME I MIGLIORI SUL MERCATO
 - UNA "STORIA" DIFFERENTE RACCONTABILE E PROVABILE
 - UN COMARKETING TECNICO DA OFFRIRE AL CLIENTE
- = 90% GIA' VENDUTO!!!

PERCHE' INNOVAZIONE?!?

1. PRODOTTI CHE FUNZIONINO (ALMENO COME IL MIGLIORE DEL MERCATO)
2. PRODOTTI DOVE CI SIA UNA "STORIA" BEN VISIBILE E RACCONTABILE
3. UN SUPPORTO SCIENTIFICO CHE DESCRIVA LE PERFORMANCE

Vibram® Ice Trek Sole Combination

The innovative winter sole for the entire year:

- Maximum grip on ice and snow
- Perfect hold on classic outdoor terrain
- Ideal sole rubber mix for the entire year



The Ice Trek sole mix not only stands out with its superior qualities on ice, it also boasts the best abrasion resistance. This rubber sole is ideally suitable for use all year round.

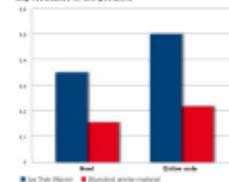


Non-Slip Ice Trek Sole

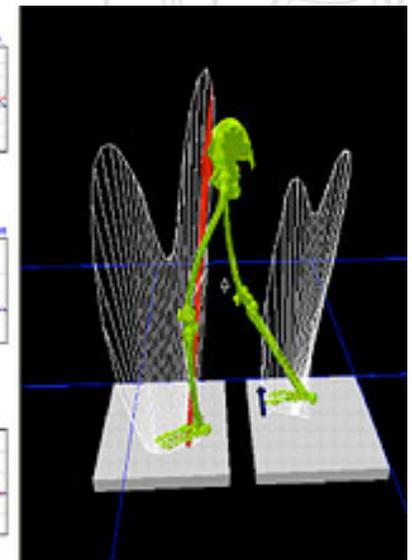
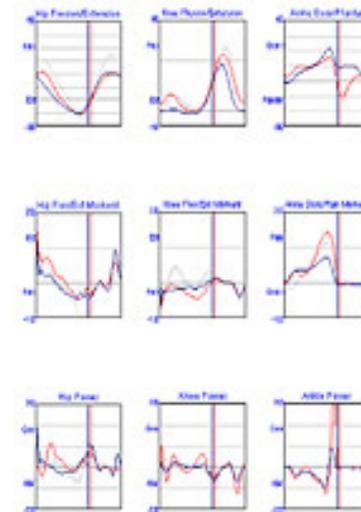
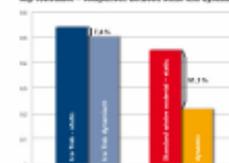
Test results of the Vibram® Ice Trek rubber mix at -20°C

The graphic charts show that the Ice Trek rubber mix achieves far better values compared to traditional winter mixes, both in test 1 (static test) and in test 2 (comparison of static and dynamic).

Slip resistance in two positions



Slip resistance - comparison between static and dynamic



STEP PER UN PROGETTO A LUNGO TERMINE

1. **Identificare un settore con un numero sufficiente di “piccoli” clienti che abbiano bisogno di comarketing tecnico, o siano grossi ma non “sicuri” per investire in UN prodotto**
2. **Analizzare i fattori “determinanti” di quel settore**
3. **Escogitare una “tecnologia raccontabile”, svilupparla e testarla approfonditamente**
4. **Costruire mrkt tecnico, scientificamente inappuntabile**



ESEMPIO: SPORT SHOE MARKET

AIM: FUNCTIONALLY SUPERIOR INNOVATIVE PRODUCTS

SOLE/SHOE ROLES:

- 1. TRACTION/GRIP/STABILITY – PERFORMANCE:** TO TRANSFER ALL THE MUSCLE POWER IN MOTIONS
- 2. PROTECTION:** TO REDUCE IMPACT, TO GUARD FOOT PLANT
- 3. COMFORT:** TO ENHANCE LOWER EXTREMITIES TO DYNAMIC FUNCTIONS AND TO COMPENSATE STRUCTURAL DISEASES
- 4. HYGIENE AND HAESTETIC**

NEW PRODUCT!!!

DEVO PROVARE
SCIENTIFICAMENTE I
MIGLIORAMENTI

TESTING THE PERFORMANCE

LAB TEST

VISCOELASTIC PROPERTIES
DURABILITY (SOLE RESISTANCE)
COF ON DIFFERENT SURFACES

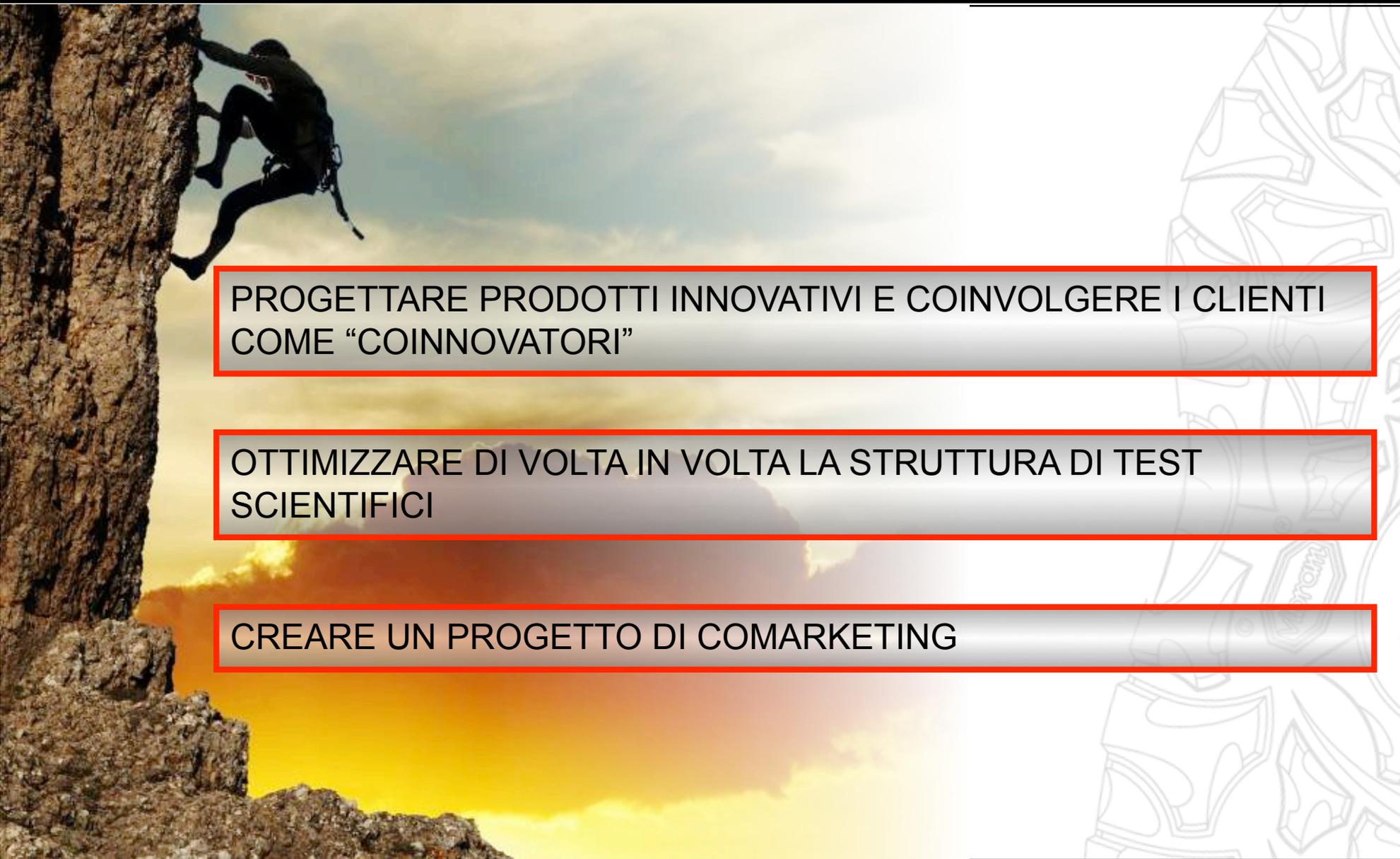
IN VIVO TEST
BIOMECHANICS RULES

STATIC GRIP
DYNAMIC GRIP | THEIR RELATIONSHIP
FEEDBACK

REAL ACTIVITY TEST
VIBRAM TESTER TEAM

SIMPLE MOTIONS
PRACTICE AND TRAINING
COMPETITION

RICERCA FINALIZZATA



PROGETTARE PRODOTTI INNOVATIVI E COINVOLGERE I CLIENTI
COME “COINNOVATORI”

OTTIMIZZARE DI VOLTA IN VOLTA LA STRUTTURA DI TEST
SCIENTIFICI

CREARE UN PROGETTO DI COMARKETING

“Value of information is in its use not its collection”



**Grazie dell'attenzione
Max Sacchi**



TESTED WHERE IT MATTERS

