

**5^ Edizione
2014/15**

Ricercatore:

Parisi Fabio
Nato il: 11/02/1990
Residente a:
Comano Terme Tn
Titolo di studio:
Laurea in
Management

Area tematica
Marketing e
comunicazione

Pvd Technologies: Ridefinizione della strategia di posizionamento sul mercato

Il progetto e gli obiettivi

Obiettivo della presente indagine è stato quello di esaminare come una micro-impresa quale Pvd Technologies, caratterizzata da una limitata forza competitiva, possa applicare delle innovazioni tecnologiche per trovare una propria nicchia di mercato, complementare ai settori già presenti in azienda. Più in generale l'indagine condotta si è posta l'obiettivo di indagare come anche le micro-imprese inserite in comparti produttivi standard e maggiormente tradizionali possano beneficiare di skills in marketing e in strategia d'impresa.

Fasi operative e metodologia

In una prima fase la ricerca si è focalizzata sull'analisi delle caratteristiche principali dell'azienda, quali le tecnologie adoperate, il processo produttivo, i dati di gestione, la strutturazione del portafoglio clienti, il grado di soddisfazione della clientela, la strategia implementata e le attività di marketing. Attenzione è stata posta, inoltre, all'analisi del comparto dei rivestimenti decorativi. In seconda battuta è stata condotta un'attenta indagine del contesto competitivo. Infine, ci si è concentrati sugli aspetti di comunicazione e, in particolare, la dimensione web, considerandolo come uno strumento strategico per il posizionamento dell'impresa.

Risultati, valutazione e prospettive

Per il raggiungimento della ridefinizione strategica della Pvd Technologies sono state di fondamentale importanza sia le fonti accademiche che quelle maggiormente operative.

È bastato raccogliere ed elaborare alcuni questionari, analizzare on-line il comparto produttivo e recuperare alcune informazioni dalle banche dati ISTAT ed AIDA per poter fornire all'azienda importanti indicazioni. È stato, infatti, possibile avere una chiara panoramica sul posizionamento della Pvd Technologies nel mercato di riferimento e sulla struttura del comparto produttivo: è emerso così che attualmente l'azienda ha delle grandi possibilità di rimanere in tale mercato, anche se è apparso evidente come le direttrici di sviluppo principali debbano essere rivolte verso la qualità della lavorazione e la flessibilità del servizio.

L'analisi del comparto dei rivestimenti decorativi ha mostrato che attualmente è in corso un periodo di cambiamento, nel quale i competitors stanno modificando strutture aziendali e strategie, elementi che devono essere tenuti in debita considerazione.

L'analisi del contesto competitivo ha palesato invece come la situazione economico-industriale attuale porti alla creazione di barriere all'entrata nei confronti della nicchia di mercato scelta dalla Pvd Technologies; infatti è attualmente molto difficile che vengano create delle micro-imprese terziste da un gruppo ristretto di soci che non siano già proprietari di aziende correlate. Le aziende potenzialmente entranti sono di medio-grande dimensione, perciò hanno delle caratteristiche che le pongono in un posizionamento di mercato differente dalla Pvd Technologies, rappresentando una minaccia di limitata entità.

Anche se le attività sono in tendenziale miglioramento, pur constatato che l'azienda gode di una certa protezione delle barriere all'entrata, la Pvd Technologies deve continuare ad aggredire il mercato. Il piano d'azione dovrà basarsi su due elementi atipici per il settore di appartenenza:

- la selezione di un preciso target di riferimento, rappresentato dagli imprenditori che attualmente non usano la tecnologia Pvd e che sono alla ricerca di una soluzione ad un problema produttivo;
- l'utilizzo attivo del canale comunicativo Web per intercettare il target prescelto.

L'analisi del contesto competitivo ha, inoltre, mostrato che l'azienda può ottenere notevoli benefici cercando di attirare nuova clientela dall'esterno. Rispetto agli operatori che non utilizzano questo tipo di tecnologia, Pvd Technologies gode infatti di un vantaggio notevole. Per queste motivazioni l'azienda dovrà basare la nuova strategia su una tipologia di comunicazione aggressiva rivolta all'esterno del mercato, finalizzata ad intercettare le numerosissime nicchie produttive all'interno del tessuto produttivo nazionale.

Partner Territoriale



PVD TECHNOLOGIES

Pvd è una piccola azienda artigianale a conduzione familiare, centro di rivestimenti PVD specializzato in rivestimenti decorativi conto terzi.

Lavorano su oggetti di diverse forme, dimensioni e materiale per qualsiasi settore ove si renda necessario un trattamento della superficie di qualità, in alternativa alle comuni finiture tradizionalmente in uso (galvaniche, verniciature, metallizzazioni, ecc).