

“Il Valore della certificazione nel mercato globale”

Milano, 16 gennaio 2017

ICE Agenzia - Sala Pirelli – Corso Magenta, 59 (Palazzo delle Stelline)

SINTESI INTERVENTO DI FABIO AUGUSTO MAJOCCHI – VICE PRESIDENTE ISFCERT

Conoscere per agire.

Questo era il motto di Arthur Charles Nielsen, fondatore della più grande società di informazioni di affari del mondo per un ventennio.

Io ho avuto la fortuna di lavorare, molti anni fa, alla Nielsen e sempre ho condiviso questo concetto.

Come fa un manager a decidere in assenza di informazioni tecnicamente solide?
Con l'intuito? La dea bendata?

Grande è stata la sorpresa quando nell'ormai lontano 1999 sono entrato in Expo Cts e mi sono reso conto che si navigava a vista.

Niente ricerche di marketing, niente analisi di mercato, niente monitoraggio sui clienti.
Insomma zero dati verificabili.

Tutto era basato sull'esperienza: non mancavano certo donne e uomini con una solida sensibilità e ampie conoscenze empiriche.
Tropo poco, per i miei gusti.

Con Bit era meglio separare professionali dal pubblico dei visitatori , e in che modo?
Con Host , che allora si chiamava Expo tour, meglio andare contro le grandi fiere internazionali concorrenti o rimanere a biennalità alterne?

Organizzavamo dieci fiere e le domande erano molte.

Come abbiamo fatto? Abbiamo cercato le informazioni direttamente, vegliando giornalmente sui clienti.

E per la concorrenza interna e internazionale?
Più difficile, anche perchè nessuno la raccontava giusta.

Ci siamo arrangiati col fardate, sinchè non è nato Isfcert.

Ho visto con entusiasmo l'iniziativa, proprio dal punto di osservazione del cliente organizzatore di fiere: finalmente un po' di dati seri da dare al gruppo di lavoro incaricato di preparare la nuova edizione dei nostri prodotti.

Perchè questa è una delle caratteristiche della nostra industria: a ogni edizione dobbiamo presentare un prodotto nuovo se abbiamo ambizioni di leadership.

Dopo un avvio naturalmente faticoso, non certo a causa delle rilevazioni ma della sfrenata fantasia di noi organizzatori, i dati si sono stabilizzati, e il loro utilizzo, in chiave di marketing e comunicazione ha cominciato a dare frutti.

Conoscere per agire....

Passato dall'altra parte della barricata, mi sono molto sorpreso che non tutti la pensassero come me: ho visto molte manifestazioni, anche internazionali, esitare prima di farsi certificare.

Il mercato italiano , e ancor di più lo scenario almeno europeo, esigono dati certi con i quali operare per migliorare costantemente le nostre prestazioni.

Certo, se l'obiettivo non è quello di sopravvivere divenendo sempre più marginali.