



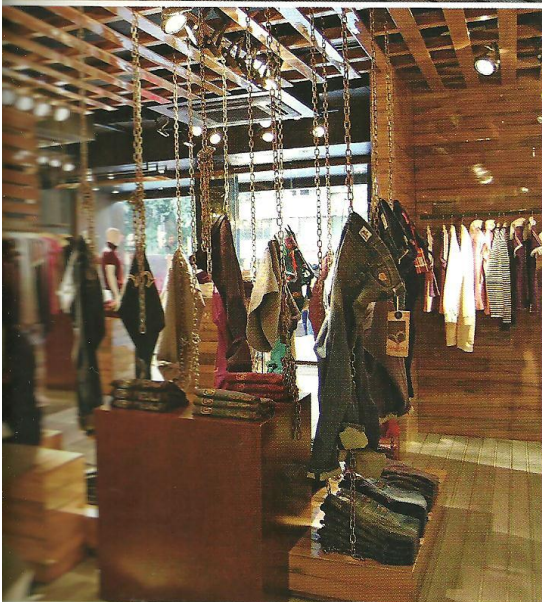
Non solo prodotto ma strategie di successo Not only product, but successful strategies

text by Davide Cattaneo

Il successo di Listotech, azienda nata nel 2008 e affermata rapidamente nel campo delle pavimentazioni e dei rivestimenti per esterni, è andato ben oltre le aspettative del suo inventore, Riccardo Valente. "Alcuni anni fa mi trovavo a Barcellona – racconta Valente, già direttore marketing del Gruppo Valente e oggi titolare di Listotech – passeggiando sulle Ramblas mi sono fermato a osservare alcuni operai che facevano manutenzione alla pavimentazione composta dai classici listoni di legno. Da qui ho iniziato a riflettere sui vantaggi che, in contesti simili, sarebbero derivati dall'uso di un materiale alternativo inalterabile alle intemperie e a manutenzione zero". Giuseppe Piazza, già consulente del Gruppo Valente, è entrato in start up per Listotech e ha collaborato a ogni fase del progetto: programmazione, business plan, ipotesi strategica, mappatura del mercato.

"Individuato come strategico il rapporto con i progettisti, abbiamo pensato a una struttura organizzativa che avesse la capacità di parlare agli architetti. Abbiamo dato particolare attenzione allo sviluppo di un CRM (Gestione delle relazioni coi clienti) che avesse la capacità di mantenere la relazione con tutti i progettisti selezionati attraverso un lavoro di geomarketing molto complesso. Il prodotto, senz'altro nuovo e innovativo, è stato gestito in termini di sperimentazione e sviluppo attraverso il confronto con i focus group formati da progettisti e imprese. Per Listotech abbiamo applicato dei modelli di start up propri delle grandi aziende, riconfigurati sulla dimensione della PMI. Tenere conto del percorso evolutivo del progetto è stato importante e ci ha praticamente garantito il successo". Oggi l'azienda, che dichiara una fase di crescita a due cifre, ha tra gli obiettivi il consolidamento del marchio, lo sviluppo della rete distributiva in Italia e all'estero e, in un prossimo futuro, il lancio di nuovi prodotti.

The success of Listotech, company founded in 2008 and which quickly established itself in the field of flooring and exterior floor coverings, has far exceeded the expectations of its inventor, Riccardo Valente. "Some years ago I was in Barcelona – says Valente, formerly the Marketing Director for Gruppo Valente and now owner of Listotech – walking on the Ramblas, I stopped to observe some workers who were doing maintenance work on the pavement, which was composed of traditional wooden planks. From that moment on, I began to think about the advantages that could be derived in similar contexts from using an alternative material that was durable, weatherproof, and maintenance-free". Giuseppe Piazza, a former consultant of Gruppo Valente, joined the Listotech start-up and has since worked on every phase of the company: financial and business planning, strategic planning, and market mapping. "After determining that developing a strategic relationship with the designers was key, we thought of creating an organizational structure that was capable of communicating with architects. We paid particular attention to developing a CRM (Customer relationship management) that was able to maintain relationships with all the selected designers through a very complex geomarketing effort. Our product, which is definitely new and innovative, has been tested and developed through focus groups composed of designers and companies. At Listotech, we've applied start-up models used in large companies, tailoring them to SME size. Taking the evolution of the project into account was important and has virtually guaranteed our success". Today, the company reports double-digit growth and its objectives include consolidating the brand, developing a distribution network in Italy and abroad, and launching new products in the near future.



LISTOTECH®
SISTEMA DI MODULI
LINEARI
PRECOMPRESSI

Listotech srl
via De Tani, 6
35011 Caronno (PD)