

# IL SEGRETO PER REALIZZARE PRODOTTI DALLA QUALITÀ SEMPRE OTTIMA:



**DI: COURTNEY O'KEEFE,**  
FONDATRICE DI  
COURTNEY O'KEEFE  
CONSULTING

Un consumatore soddisfatto è un consumatore fidelizzato. Come garantire che i tuoi prodotti mantengano la stessa qualità ogni mese e in ciascun punto vendita?

## IL PROBLEMA DEL CONSUMATORE

La nostra consumatrice ha un marchio di fiducia e un modello classico preferito che ha imparato ad amare e di cui non può fare a meno, come se fosse un amico fidato. Purtroppo, ha sfruttato al massimo la sua durata utile ed è arrivato il momento di sostituire questo capo che le ha donato tanta comodità e ha soddisfatto le sue esigenze per molti anni.

Comincia a cercare un valido sostituto, ritenendola un'impresa facile. Decide di provare, per prima cosa, con un acquisto online; all'arrivo dell'ordine, c'è qualcosa che non va: avrebbe dovuto ricevere lo stesso capo, dello stesso brand e di un colore simile, ma il prodotto consegnato non è fedele alla descrizione. Non riesce subito a capire il perché.

Cerca di ricordare dove ha comprato il modello originale, torna nel negozio per trovare un ripiano dove siano impilati prodotti simili, ma non è ancora del tutto convinta. Cos'è successo al suo tanto adorato capo preferito? Sembra diverso, ha un taglio differente e presenta una serie di modifiche che, secondo lei, non danno alcun valore aggiunto al prodotto.

Controlla l'etichetta sul modello e nota che lo stesso prodotto viene da diversi Paesi. Si sofferma a pensare se la qualità del capo dipenda dal Paese di origine. Comincia a formulare teorie sul perché la qualità sia diversa in base alla provenienza, pensando che il mistero possa essere svelato consultando l'etichetta che riporta la nazione di produzione.

Si domanda il perché un marchio abbia bisogno di acquistare prodotti da così tanti Paesi diversi e il motivo per cui i suoi brand preferiti debbano complicarsi la vita in questo modo. La nostra consumatrice nutre grandi aspettative dal suo marchio preferito e non vuole abbandonarlo, in quanto ha realizzato il modello a cui è più affezionata. Ha soddisfatto le sue esigenze in passato, come può deluderla così adesso? Ciò che le interessa è trovare un prodotto che sia identico a quello che ha sempre amato.

Comincia a prestare attenzione alle notizie e a riflettere sulla situazione di instabilità di molti dei Paesi che ora producono il suo capo preferito: legge di tariffe doganali di ritorsione in uno, di disordini pubblici in un altro, di grandi problemi con il clima e con le condizioni dei lavoratori in un altro ancora.

Inizia a chiedersi come sia possibile che il suo marchio preferito riesca a farsi strada in questo mondo così privo di equilibrio per continuare a rifornire i negozi del suo capo preferito.

Si domanda perché non possano clonare il modello e continuare a produrlo esclusivamente per lei. Perché non è possibile in un'era così tecnologica come la nostra?

È determinata a trovare la risposta!

Non è pronta a rassegnarsi e fa presente il problema durante una conversazione tra amici. Anche loro le parlano di situazioni simili, aiutandola a trovare più indizi per venire a capo della questione.

Scoprono in fretta che il Paese di origine sull'etichetta si riferisce semplicemente a quello in cui il prodotto è stato assemblato e che non ha niente a che fare con il luogo di provenienza delle materie prime.

La nostra consumatrice capisce che vengono fornite delle specifiche per produrre il suo capo preferito e che ogni Paese riceve le stesse indicazioni.

Continua però a chiedersi perché i capi non sono più simili tra loro.

Pensa alla ricetta del suo piatto preferito e ha un'illuminazione: può seguire una ricetta alla lettera, ma la qualità degli ingredienti influenza drasticamente il sapore del cibo.

Comincia a chiedersi da dove vengano gli "ingredienti" del suo capo preferito, ma non trova nulla. Scrive all'assistenza clienti del marchio ma gli incaricati non sanno come aiutarla, in quanto l'informazione non è disponibile. Com'è possibile?

Rilegge ancora una volta l'etichetta del suo capo preferito e nota che c'è un solo "ingrediente": 100% cotone. Allora perché la situazione è così complessa? Il cotone non è tutto uguale?

## **LA SOLUZIONE DI UN MARCHIO COMPETENTE**

Se ponesse queste domande agli incaricati dell'approvvigionamento presso un marchio competente, scoprirebbe che "il segreto è semplice".

Brand come questi si concentrano sul minimo comun denominatore più importante nella realizzazione dei prodotti e lo standardizzano per garantirne la tracciabilità.

I migliori marchi tengono a conoscere tutto sull'origine e sulla qualità di ciascuna materia prima impiegata, consapevoli che non tutti i tipi di produzione sono uguali. Sanno inoltre che, pur trattandosi di 100% cotone, le procedure di coltivazione globali variano ampiamente.

Il tessuto conta approssimativamente per il 60-70% del valore del prodotto. È l'aspetto migliore in cui investire tempo e denaro per standardizzare il prodotto, contribuendo in misura maggiore a garantire una qualità costantemente ottimale. Ridurre le anomalie in questa fase della produzione minimizza significativamente le discrepanze nel prodotto finale.

Il miglior partner per prodotti dalla qualità sempre ottima è un grande fornitore integrato verticalmente che tesse, lavora a maglia, tinge e rifinisce i tessuti ed è in grado di

esportare in tutto il mondo. È un'azienda che segue metodi di misurazione interni riguardo la coerenza nella qualità; si tratta di standard replicabili e continuamente applicabili, che includono informazioni sulla provenienza delle materie prime.

Sono in molti a specificare l'uso del cotone americano nei loro prodotti. Ritengono che negli USA il cotone venga coltivato secondo gli standard più elevati al mondo e impiegando metodi dell'agricoltura di precisione. Il Dipartimento dell'agricoltura degli Stati Uniti (United States Department of Agriculture, USDA) impiega il sistema di classificazione più avanzato per la qualità delle fibre di cotone coltivate in ogni azienda agricola. Si tratta di un sistema su cui l'ente può fare affidamento.

Partendo dal cotone americano e realizzando tessuti con un partner integrato verticalmente che tesse, lavora a maglia e tinge usando le stesse macchine e gli stessi input di produzione, i marchi competenti sono in grado di esportare i loro tessuti in molti Paesi per procedere con l'assemblaggio. Un tale livello di controllo garantisce al meglio che, pur con diversi Paesi di origine, il prodotto negli scaffali del punto vendita preferito del cliente sarà identico al capo a cui è tanto affezionato e avrà la stessa durata utile.

La storia appena raccontata si basa su un'esperienza reale.

## **INFORMAZIONI SULL'AUTRICE**

***Courtney OKeefe, fondatrice di Courtney OKeefe Consulting, è un'esperta dell'industria tessile e dell'abbigliamento e collabora con marchi mondiali nel settore delle tendenze, occupandosi di gestione dei prodotti, approvvigionamento globale e attività della filiera. Le sue competenze coprono tutte le categorie dell'abbigliamento e la sua conoscenza del mercato si espande a ben 45 Paesi. Courtney ha lavorato con più di 20 tra i marchi di punta nel settore, sia direttamente che attraverso il suo studio di consulenza. Conoscila meglio su <https://www.courtneyokeefeconsulting.com>***