

Quick Target – Ritorno al Futuro del Brand: riconoscere e comunicare i Valori Condivisi

Il Paradigma Obsoleto

Il valore non viene “creato” dall'azienda e “percepito” dal cliente, come prevedono strategie di marketing ormai superate.

Il valore viene “riconosciuto” a chi eticamente agisce su veri valori, senza imporre un'immagine costruita, bensì manifestando la propria vera identità.

Il nuovo scenario è chiaro:

- Il valore non si “crea” e non si “percepisce”: viene riconosciuto e raccontato insieme dall'azienda e dal cliente.
- Il riconoscimento non si compra: si conquista con comunione di intenti, coerenza, etica e trasparenza tra l'azienda e il cliente.

La Proposta di Quick Target

In questo contesto nasce **Quick Target**, società di consulenza direzionale e strategica che si propone come **architetto della transizione** verso un nuovo paradigma di relazione tra aziende e mercato.

Fondata in Brianza – terra di botteghe artigiane che hanno fatto scuola nel mondo – Quick Target si ispira proprio a quel modello: la relazione autentica tra artigiano e cliente.

In quella relazione, il valore era co-creato e quindi intrinsecamente riconosciuto: il cliente esprimeva un bisogno, l'artigiano applicava la sua maestria e insieme davano forma a un prodotto su misura. La fiducia, l'autenticità e i valori condivisi erano il fondamento di quello scambio etico.

Oggi Quick Target porta quella logica nel mondo moderno, potenziata da strumenti strategici, organizzativi e tecnologici con lo scopo di comunicare eticamente l'agire aziendale, affinché il valore venga “riconosciuto” e non solamente “percepito”.

I Tre Pilastri del Nostro Approccio

1.Valori Condivisi come Fondamento

Non partiamo dal “cosa fare”, ma dal “perché farlo”. Ricerchiamo i valori autentici e gli scopi comuni, terreno fertile per relazioni durature.

2. Co-Progettazione del Valore

Con il coinvolgimento i clienti diventano partner attivi. Il valore generato è immediatamente riconosciuto perché nasce da intenti comuni, da dialogo, da attenzione ed ascolto.

3. Riallineamento Autentico

Riallineiamo immagine e identità aziendale. Non un'espressione da imporre, ma un'essenza da raccontare, riconosciuta e apprezzata naturalmente dal mercato.

I Nostri Principi

- **Autenticità prima dell'Immagine:** la credibilità nasce dalla coerenza artigianale da poter comunicare.
 - **Azione prima della Parola:** i valori sono i gesti dell'artigiano tradotti nei messaggi.
 - **Riconoscimento prima della Transazione:** la fiducia è la stretta di mano nella bottega, prerequisito di ogni scambio.
 - **Comunità prima del Mercato:** lavoriamo per e con ecosistemi di persone unite da valori autentici e intenzioni comuni.
-

Il Valore Fondamentale della Nostra Consulenza – Le 5 Transizioni

Siamo **storysmith** e antropologi organizzativi, il cui compito è forgiare l'essenza dell'azienda in una narrazione potente e coinvolgere tutti gli stakeholders a viverla.

1. Dall'Immagine all'Identità condivisa: co-creiamo una cultura di coinvolgimento, trasformando ogni attore in narratore della storia aziendale.
 2. Dall'Esperienza Cliente all'Architettura Narrativa: progettiamo momenti di esperienza indimenticabile da raccontare, rinforzando gli intenti comuni.
 3. Dalla Vision Aziendale al Mito Fondatore: scolpiamo il "Mito Fondatore" dell'azienda; i leader diventano **storytellers**, i manager **storykeepers**.
 4. Dal Profitto alla Legacy: il profitto diventa mezzo per costruire un'eredità duratura, non fine a sè stesso.
 5. Dalle Risorse Umane alla Cultura condivisa: assumiamo persone per la loro storia e per le intenzioni comuni, rendendo la cultura il prodotto principale.
-

Elevator Pitch

In un mondo saturo di commodity, creiamo l'unico vantaggio competitivo sostenibile: essenza e appartenenza autentica.

Quick Target è ispiratore di un "**ritorno al futuro**":

- Un ritorno a relazioni umane, autentiche e paritarie, come tra artigiano e cliente.

- Un futuro in cui tecnologie e strategie moderne potenziano queste relazioni, rendendole scalabili e sostenibili.

Il risultato non è semplicemente un piano marketing, ma la trasformazione delle aziende da macchine per produrre “utili” in **ecosistemi credibili, resilienti e profittevoli**, che producono “ricchezza” dove i valori autenticamente condivisi diventano esperienze memorabili da raccontare.