

# LEAN non vuol dire GREZZO

Il **LEAN STARTUP** è un approccio ricorsivo per il lancio di idee e attività innovative – che prevede dei continui test sul mercato usando delle release ancora parziali del prodotto/ servizio (**MVP – Minimum Viable Product**) in modo da verificarne costantemente il gradimento del pubblico potenziale raggiunto attraverso strumenti di promozione il più economici possibile come i social network, il passaparola, ecc. Il percorso se ben implementato, **RIDUCE DRASTICAMENTE TEMPI E COSTI** e, di conseguenza, la possibilità di fallire. La metodologia è stata inventata nel 2008 dal giovane imprenditore Eric Ries al cui testo rimando “The Lean Startup: How Today’s Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses”.

La metodologia nella sua semplicità è geniale. **PERCHÉ SPENDERE** decine e centinaia di migliaia di euro **PER REALIZZARE ALLA PERFEZIONE QUALCOSA** che poi ai nostri clienti non piace o, ancora peggio, della quale **NON SENTONO NEMMENO L’ESIGENZA?**

Il cuore di questa strategia è ovviamente l’MVP, ovvero un prodotto o servizio ridotto all’essenziale ma comunque commercializzabile.

Non tutti gli startupper capiscono però che **MINIMO NON EQUIVALE A Malfatto**, rabberciato e malfunzionante.

Stiamo parlando di un processo che in termini industriali si chiama **“DESCOPING”** ovvero riduzione delle funzioni per soddisfare il budget del cliente. Questo metodo è usato da decenni nel mondo B2B quando si parla di grandi commesse dove i due partner, cliente e fornitore raggiungono per approssimazioni successive la definizione del giusto budget per la giusta soluzione.

Se l'**MVP È UNA PIATTAFORMA ONLINE**, oggi è possibile fare molto (magari non proprio tutto) usando delle **“LOW CODE PLATFORM”** o addirittura delle **“no code platform”** e sopperendo alle eventuali carenze con del buon vecchio lavoro manuale, non nel senso di scrivere codice, ma di **TIRARSI SU LE MANICHE E FARE FISICAMENTE** a mano quel che il sistema non è riuscito a automatizzare.

### **MA ANCHE SE IL PRODOTTO È FISICO**

in molti casi, aguzzando l'ingegno, è possibile trovare dei prodotti esistenti che fungano da sucedaneo al prodotto che abbiamo in mente e che per il momento non ci possiamo ancora permettere di mandare in produzione.

**CASE HISTORY**

Ad esempio c'era una startup - OOX Olive Oil Extraexperience - che aveva ideato un sistema per preservare le caratteristiche nutraceutiche dell'olio extravergine di oliva, dall'imbottigliamento presso il frantoio, alle fasi di trasferimento e di stoccaggio, fino al momento del consumo finale, direttamente sulla tavola del consumatore. Oltre ad avere studiato e messo a punto l'intera catena degli approvvigionamenti e identificato dei cultivar di pregio, si era fatta aiutare da un designer a progettare un box/oliera che mantenesse al fresco le ampole contenenti gli olii anche durante la degustazione.

Il box bellissimo, elegante ed estremamente funzionale aveva un solo grande difetto: un costo di produzione proibitivo (attorno ai 150€) che in pratica ne rendeva impossibile la vendita.

Dopo un'attenta e immersiva ricerca sulla rete e dopo aver scartato anche l'ipotesi di farsi produrre l'oggetto da piccoli artigiani che avrebbero dovuto realizzare il contenitore esterno a un portaprovette standard da laboratorio, si è trovato un oggetto già pronto, un ice bucket in acciaio con tanto di piastre eutettiche refrigeranti (nell'oliera del designer il gel era contenuto nel cestello di metallo) nel quale era possibile inserire direttamente il cestello di cartone che fa da imballo alle ampole.

Costo: 36€ su Amazon! Il che significa che facendoselo personalizzare con il proprio logo dal produttore e ordinandone un centinaio ce lo si poteva procurare attorno ai 25€, senza aver dovuto produrre nulla, ma potendo comunque offrire una soluzione elegante e professionale.

Come dice un vecchio adagio di business americano degli anni settanta:

**Not Yet Invented Now.**