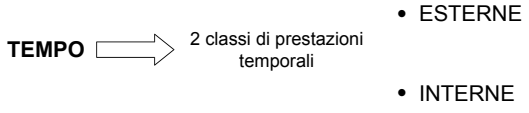


# Time-based competition



# Le prestazioni esterne e interne

Fase	Prestazioni di tempo	
	Interne	Esterne
Sviluppo prodotti	TTM (Time-To-Market)	FI (Frequenza di Introduzione) - nuovi prodotti - modifica esistenti
Approvvigionamento Produzione Distribuzione	LT (Lead Time) - approvvigionamento - produzione - distribuzione	TC (Tempo di Consegna) - rapidità - puntualità

Fig. 1 - Prestazioni di tempo esterne e interne. A. F. De Toni Università di Udine 2

# Le tipologie di time-based competitor

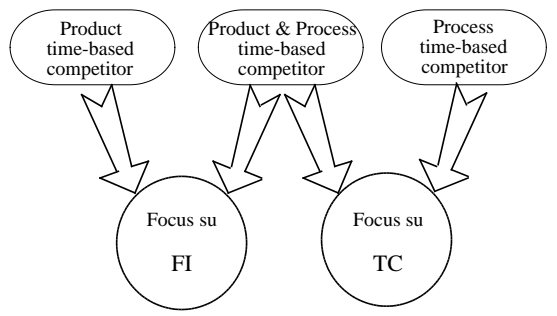


Fig. 2 - Focus sulle prestazioni esterne di tempo e classi proposte di competizione time-based. FI = frequenza di introduzione di nuovi prodotti o di modifica degli esistenti. TC = tempo di consegna (rapidità, puntualità). A. F. De Toni Università di Udine 3

# Il percorso tradizionale verso la time-based competition

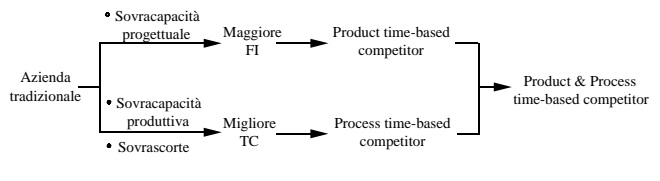


Fig. 3 - Percorso tradizionale verso la time-based competition. FI = frequenza di introduzione di nuovi prodotti o di modifica degli esistenti. TC = tempo di consegna (rapidità, puntualità). A. F. De Toni Università di Udine 4

# Il percorso innovativo verso la time-based competition

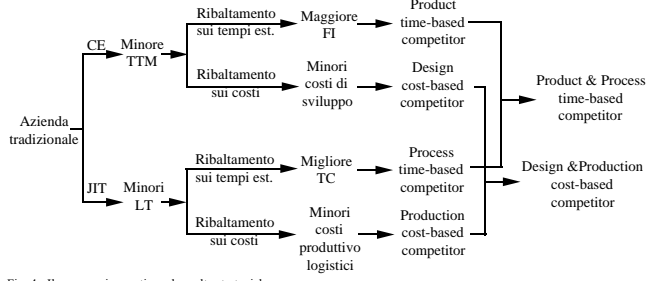


Fig. 4 - Il percorso innovativo e le scelte strategiche. CE = Concurrent Engineering; JIT = Just-In-Time; TTM = Time-To-Market; LT = Lead Time; FI = Frequenza di Introduzione di nuovi prodotti o modifica degli esistenti; TC = Tempo di Consegna (rapidità, puntualità). A. F. De Toni Università di Udine 5

# Il "dilemma" del ribaltamento

Quando l'azienda raggiunge apprezzabili prestazioni interne di tempo, deve affrontare il "dilemma" del ribaltamento, ovvero scegliere su quale fronte riversare i vantaggi acquisiti :

- tempi esterni
- costi

### esempio

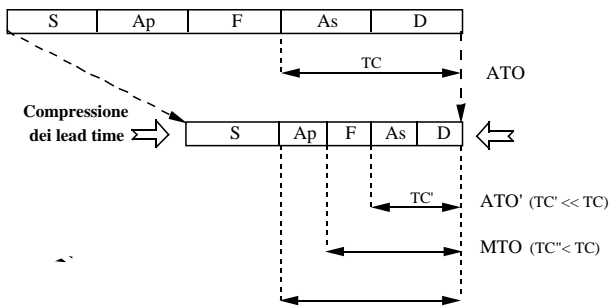


Fig. 5 - Effetti del ribaltamento sulle modalità di risposta alla domanda.

Legenda:  
 S = Sviluppo, Ap = Approvvigionamenti, F = Fabbricazione, As = Assemblaggio, D = Distribuzione,  
 ATO = assemble-to-order, MTO = make-to-order, PTO = purchase-to-order

A. F. De Toni Università di Udine

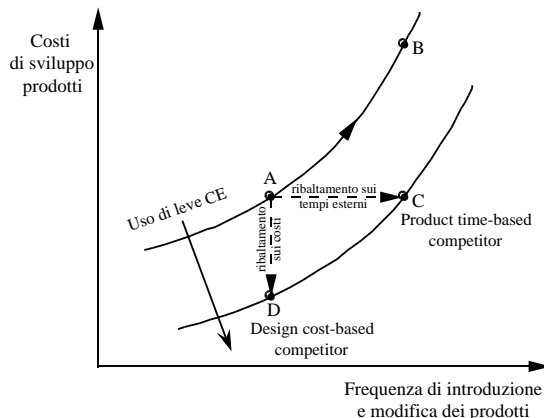


Fig. 6a - Trade-off costi di sviluppo/frequenza di introduzione e modifica prodotti: percorso tradizionale (A-B) ed innovativo con ribaltamento sulle prestazioni di tempo esterne (A-C) o sui costi (A-D)

A. F. De Toni Università di Udine

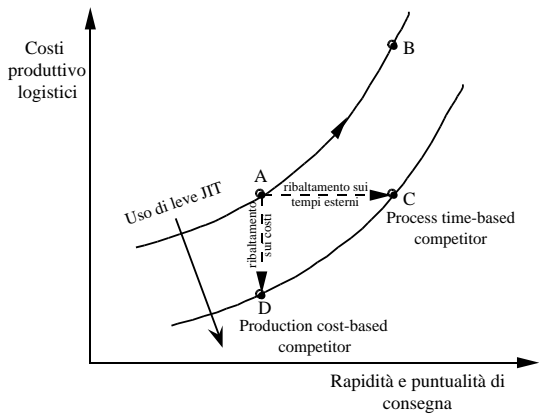


Fig. 6b - Trade-off costi produttivo-logistici/rapidità e puntualità di consegna: percorso tradizionale (A-B) ed innovativo con ribaltamento sulle prestazioni di tempo esterne (A-C) o sui costi (A-D)

A. F. De Toni Università di Udine

### Time-based versus cost-based competition

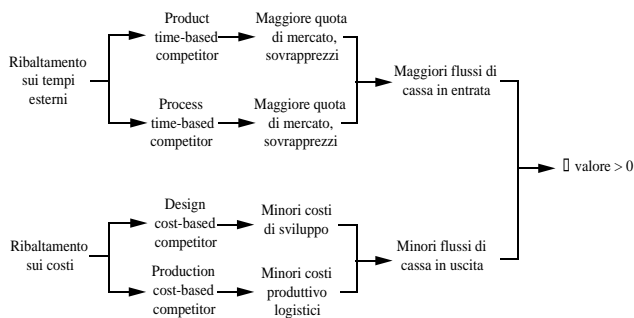


Fig. 7 - Effetti del ribaltamento sulla creazione di valore

A. F. De Toni Università di Udine

### Caratteristiche del mercato e scelte strategiche

Sensibilità del mercato alla frequenza di introduzione o modifica dei prodotti	Alta	<b>Product time-based competitor</b>	<b>Product &amp; Process time-based competitor</b>
	Bassa	<b>Design/Production cost-based competitor</b>	<b>Process time-based competitor</b>
		Bassa	Alta

Sensibilità del mercato al tempo di consegna (rapidità e puntualità)

Fig. 8 - Caratteristiche del mercato e scelte strategiche

A. F. De Toni Università di Udine