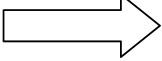


# Time-based competition

**TEMPO** 

2 classi di prestazioni  
temporali

- ESTERNE
- INTERNE

A. F. De Toni Università di Udine

1

## Le prestazioni esterne e interne

Prestazioni di tempo Fase	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 ed interne

A. F. De Toni Università di Udine

2

# Le tipologie di time-based competitor

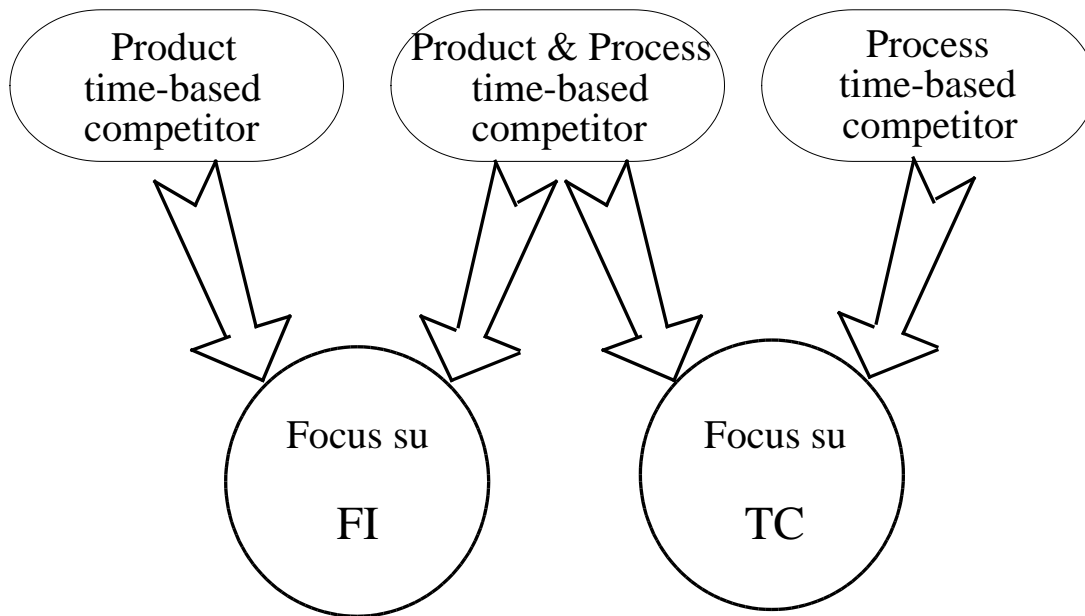


Fig. 2 - Focus sulle prestazioni esterne di tempo e classi proposte di competizione time-based.

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

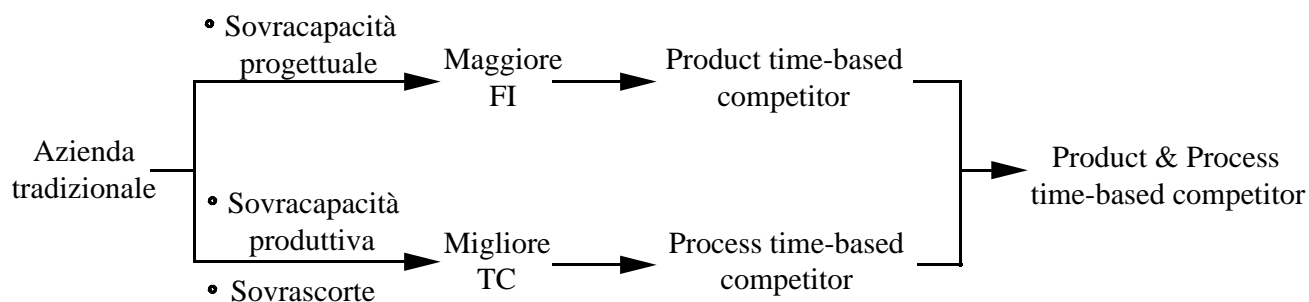


Fig. 3 - Percorso tradizionale verso la time-based competition.

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

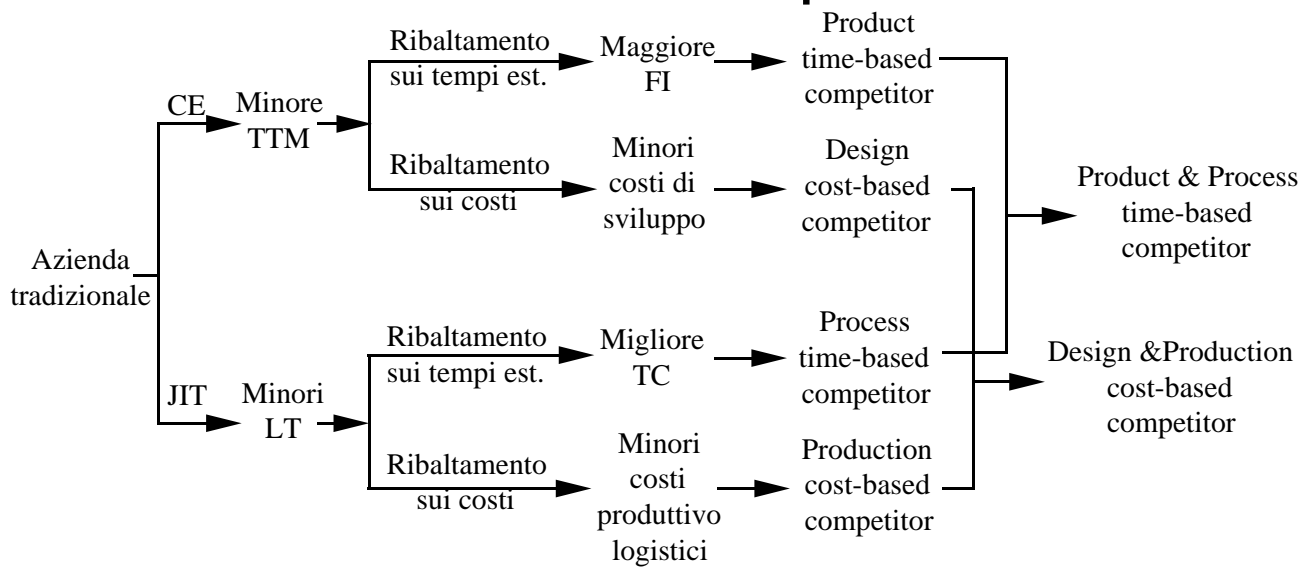


Fig. 4 - Il percorso innovativo e le scelte strategiche.

Legenda:

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

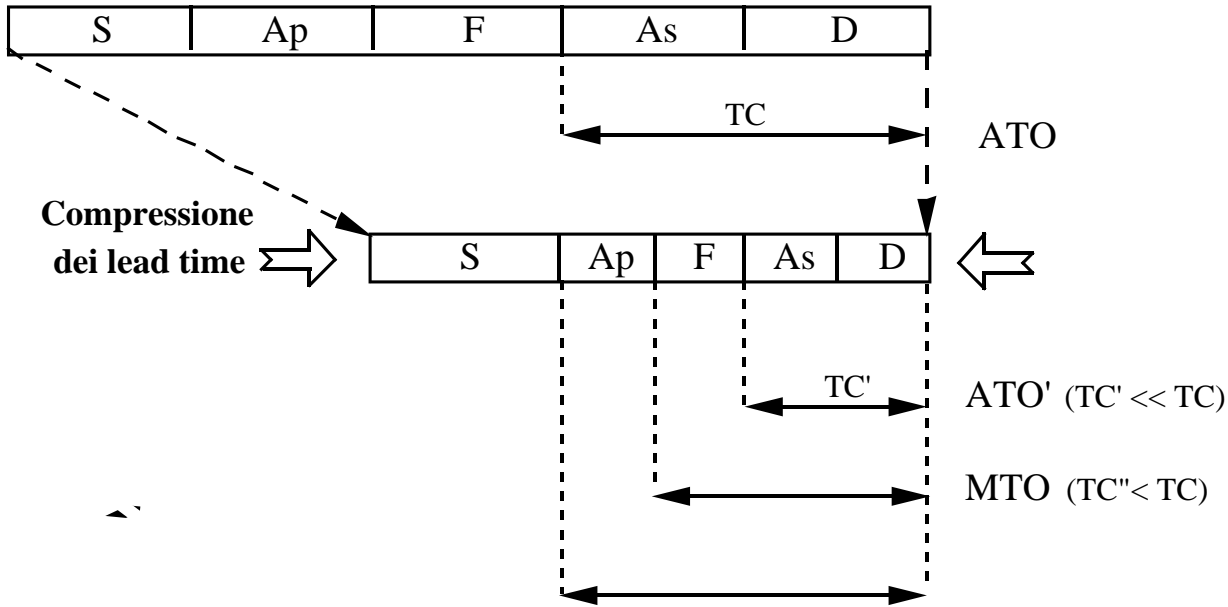


Fig. 5 - Effetti del ribaltamento sulle modalità di risposta alla domanda.

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

7

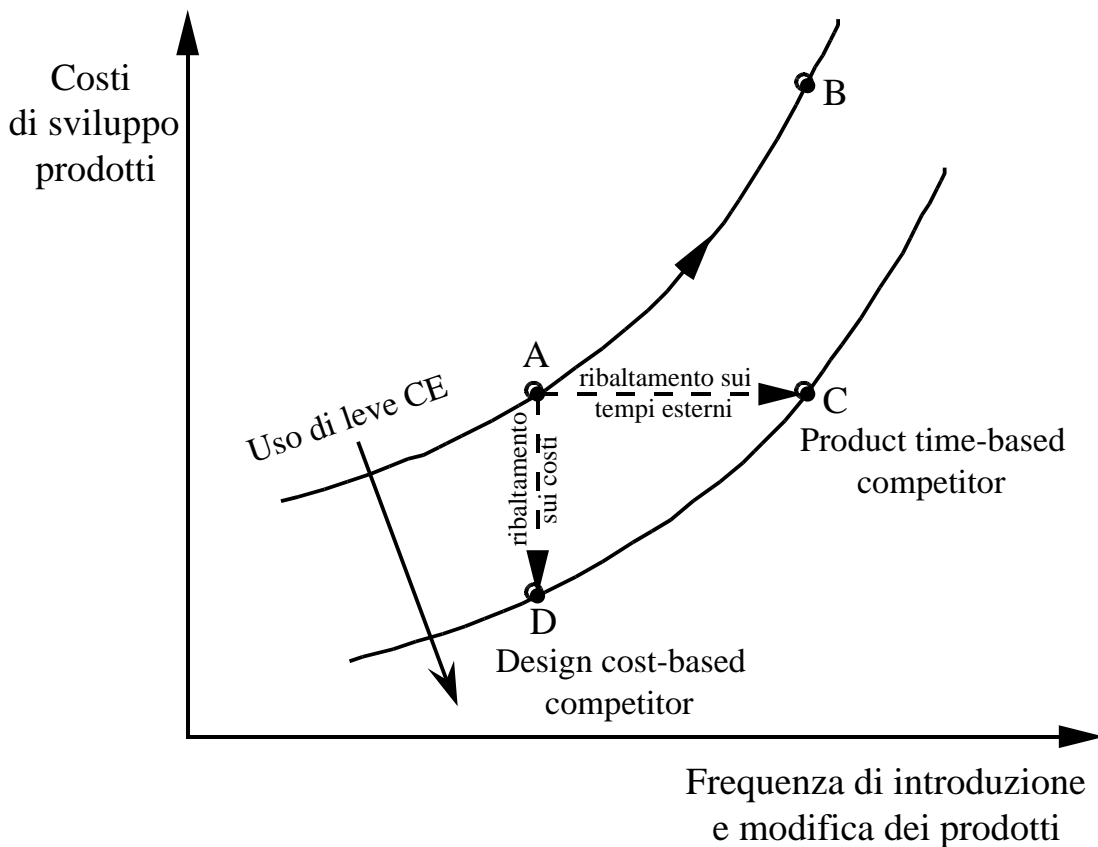


Fig. 6a - Trade-off costi di sviluppo/frequenza di introduzione e modifica prodotti: percorso tradizionale (A-B) ed innovativo con ribaltamento sulle prestazioni di tempo esterne (A-C) o sui costi (A-D)

A. F. De Toni Università di Udine

8

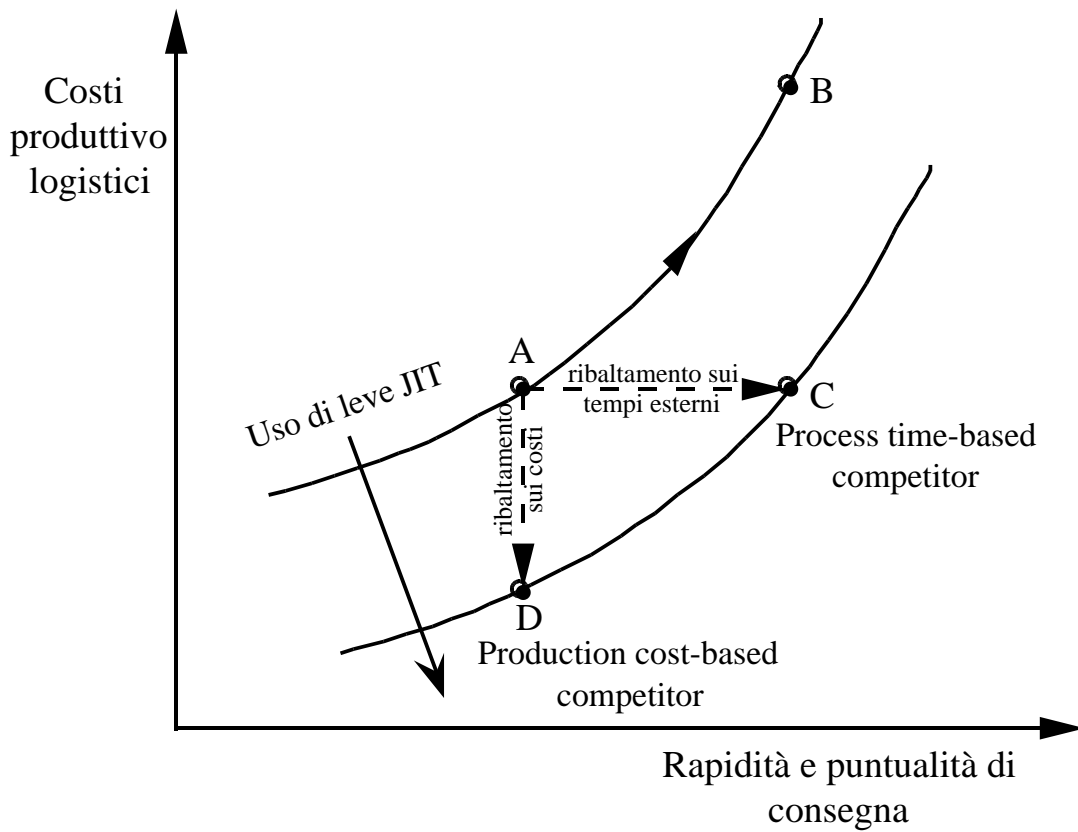


Fig. 6b - Trade-off costi produttivo-logistici/rapidità e puntualità di consegna: percorso tradizionale (A-B) ed innovativo con ribaltamento sulle prestazioni di tempo esterne (A-C) o sui costi (A-D)

## Time-based *versus* cost-based competition

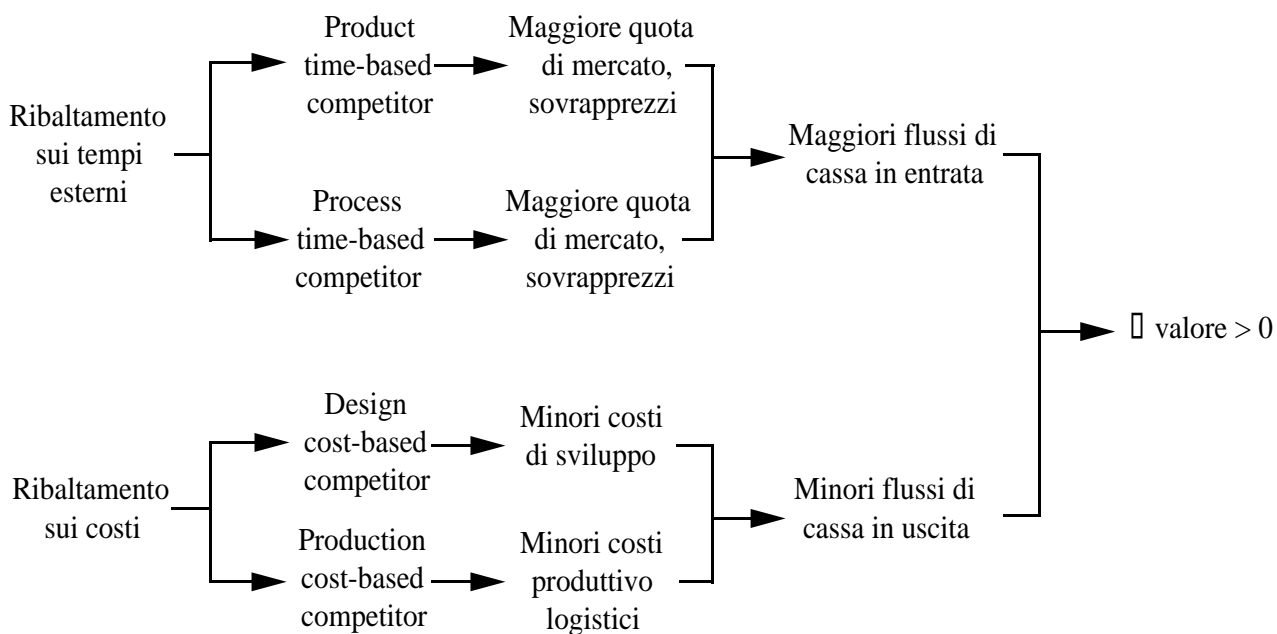


Fig. 7 - Effetti del ribaltamento sulla creazione di valore.

# 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. Fradei, Università di Udine