# MAGON

## MANIFESTO

# INDICE

1. Orgoglio italiano

2. Se non c'è, lo inventiamo

3. Non esistono cantieri facili

4. Sbagliamo ma sappiamo risolvere

5. Old Economy

6. No Social

7. Etica

8. Il cliente non ha sempre ragione

9. Finanza

10. Compenso

# Orgoglio italiano

1

Non abbiamo scelto dove nascere, è fortuna!
Abbiamo il Rinascimento dentro di noi.
Valorizziamo imprese, tecnici ed artigiani italiani perché spesso sono i migliori.
L'Estero ci paga open mind, just in time e problem solving.
Sfruttiamo queste competenze per vincere le sfide internazionali.

# Se non c’è, lo inventiamo

Offriamo soluzioni, non prodotti.
Il cliente ci riconosce un approccio mentale aperto alle idee creative.
Questo non significa istinto né genio.
Significa piuttosto affrontare l’ignoto senza paura di superare lo standard.
Non seguiamo il trend ma il significato architettonico in un contesto.
Non siamo legati a nessun marchio, brand o prodotto.
A vantaggio del progetto, siamo liberi di scegliere.
Lo saremo sempre.

2

# Non esistono cantieri facili

3

Ogni cantiere è difficile perché in genere il cliente ha un'aspettativa superiore rispetto al prezzo che paga.
È uno stato d'animo che accettiamo.
Del resto, la differenza tra qualcosa di buono e qualcosa di grande è l'attenzione al dettaglio.
Per questo motivo non lasciamo nulla al caso.
Non ci fermiamo quando siamo stanchi, ci fermiamo quando abbiamo finito.

# Sbagliamo ma sappiamo risolvere

Abbiamo commesso errori, anche gravi.
Capita, poche volte, ma capita.
Per noi le criticità hanno sempre la precedenza: si lavora di notte, si posticipano le ferie ma gli errori vanno risolti.
Subito.
E se non è subito allora è in fretta.

4

# Old Economy

5

Progettiamo e realizziamo beni reali, non algoritmi.
Siamo metallo, vetro e legno: ci sporchiamo le mani, facciamo fatica, lavoriamo sotto la pioggia ma soprattutto ci innamoriamo dei lavori ben fatti.
Le persone, non i robot, sono la nostra risorsa più grande.
Discutiamo con il progettista in cantiere, non nel cyberspazio.

# No Social

6

Crediamo che i social generalisti seducano la folla e la folla sceglie sempre Barabba.
Puoi manipolare una recensione, non una referenza.
Puoi comprare un follower, non la stima di un collega.
Ai like preferiamo un bicchiere d'Amarone in compagnia del cliente.
Per noi la "brand reputation" è una pacca sulla spalla a fine cantiere.

# Etica

7

Ci piace convincere, non ingannare: non diventeremo ricchi ma almeno dormiamo tranquilli.
Gli operai vengono prima delle tasse e le tasse vengono prima dei dividendi.
I fornitori sono partner di commessa, non limoni da spremere: se si vince, è insieme.
Non facciamo distinzioni di politica, sesso, lingua, religione e condizione sociale.
Anzi sì, una sola distinzione: il merito.
Premiamo l'impegno perché crediamo che l'ossessione batta il talento.
Non usiamo il falso green come strumento di marketing: cerchiamo di ridurre gli sprechi perché non si fa business su un pianeta morto.

# Il cliente non ha sempre ragione

Quando il cliente si perde in buona fede, litighiamo con lui nel suo interesse.
Non accettiamo comportamenti meschini nemmeno dai super-ricchi.
Rispetto ed onestà sono qualità preziose: lo status di "cliente" è un contenuto, non una forma.
Non ci piacciono i professionisti che non ascoltano: chi è davvero preparato non ha paura del confronto.
Sospendiamo i lavori quando il committente pretende delle prestazioni escluse dall'accordo.
Non facciamo sconti in corso d'opera.

8

# Finanza

9

Lavoriamo con i soldi del cliente, eventualmente con i nostri.
Sosteniamo l'autonomia finanziaria dell'impresa senza servizi bancari.
Questo significa due cose:

- la società è solida, capace di pagare i debiti
- il prezzo di vendita non contiene oneri bancari

In genere, non utilizziamo fidi, finanziamenti né sconti fatture.
Usiamo gli acconti per affrontare i nuovi progetti, non per coprire i buchi pregressi.
Rispettiamo le scadenze perché, nel lungo periodo, conviene.
Sulle commesse importanti, adottiamo strumenti di autocontrollo: analisi rischi–benefici e verifica capacità produttivo–finanziaria della filiera.

# Compenso

Siamo cari? Sì, ma in molte trattative il prezzo è un'illusione.
Il guadagno del fornitore non è una colpa ma una garanzia per l'acquirente.
Quanto costa un lavoro sbagliato?
Quanto tempo spreca il cliente a contestare e a cercare un'alternativa?
E se, per mancanza di risorse, si lasciano i lavori a metà?
Al contrario, quanto vale un'impresa che sbaglia ma risolve in tempo?
Abbiamo imparato a vendere ciò che vale e non ciò che costa.

10

# CONTATTI

## Magon Sistemi srl

P.zza Sant'Agostino 24
20123 Milano

info@magonsistemi.it

+39 02 72197638

www.magonsistemi.it