



# «Avvio le trattative con orgoglio.»

## Qwstion International GmbH



**Azienda e sede** Qwstion International GmbH, Zurigo e Seefeld (A), [qwstion.com](http://qwstion.com)  
**Settore, attività** Design, produzione e vendita di borse per amanti dello stile urbano  
**Costituzione** 2008  
**Numero di collaboratori** 17  
**Obiettivo** Aprire altri flagship store al di fuori della Svizzera

*Dal 2008, Sebastian Kruit e il suo team offrono una collezione propria di borse di design di alta qualità con il marchio Qwstion. Nelle trattative con i clienti e i fornitori, l'imprenditore punta su soluzioni di reciproco vantaggio.*

Il negozio in Badenerstrasse a Zurigo ha un'aria metropolitana: locali alti e luminosi, supporti merci moderni e prodotti destinati allo stile di vita urbano. «Oltre alle nostre borse, qui abbiamo anche articoli di abbigliamento e accessori selezionati di altre marche», spiega Sebastian Kruit, che otto anni fa ha fondato Qwstion insieme ad altri quattro partner. L'idea commerciale è nata da un'esigenza personale. «Noi stessi cercavamo una borsa che ci accompagnasse nella nostra vita di abitanti della grande città», afferma l'o-

«Io sono olandese. Il talento per le trattative ce l'abbiamo nel sangue.»

**Sebastian Kruit, cofondatore di Qwstion**

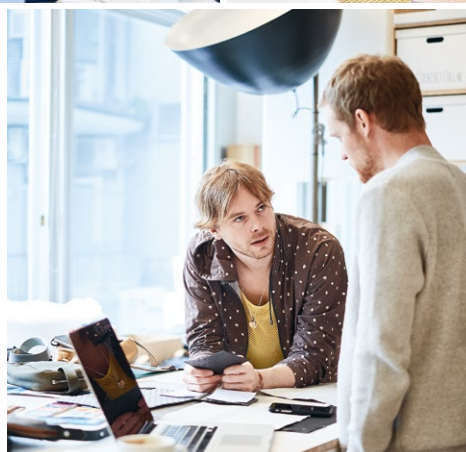


landese. «Dal momento che non abbiamo trovato quella giusta, abbiamo deciso senza esitare di svilupparne una nostra». Le borse hanno riscosso successo: non solo in Svizzera, ma anche all'estero.

E Qwstion è cresciuta. Allo shop online e alla distribuzione attraverso negozi selezionati in metropoli come Berlino, Tokio e Sidney, nel 2015 si è aggiunto il flagship store di Zurigo. Per Kruit, questo negozio è un buon esempio di quanto sia possibile ottenere con trattative efficaci. «Se non ci fossimo messi in contatto con il locatore e non avessimo trattato con lui, non avremmo potuto aprire lo store in questa forma. Su alcuni punti è stato molto accondiscendente».

**Negoziare con orgoglio.** Le trattative sono il suo forte e grazie al brand ormai affermato e al successo che ha alle spalle è diventato sempre più abile nel condurle. «Avvio le trattative con un certo orgoglio per la nostra azienda e i nostri prodotti e con le idee chiare su che cosa voglio ottenere», spiega. Secondo lui, questo atteggiamento va mantenuto anche nei confronti delle grandi aziende. «Anche una piccola impresa può e deve avanzare delle richieste. Le grandi aziende non devono potersi approfittare del fatto che siamo di piccole dimensioni».

**Cercare situazioni di reciproco vantaggio.** Ogni volta che è possibile, Kruit cerca situazioni di reciproco vantaggio. Con un esempio ci illustra come attua nel concreto questo approccio. Un'azienda attiva a livello internazionale desiderava acquistare alcune borse presso Qwstion per distribuirle ai propri ospiti in occa-



sione di un grande evento. Questo, a condizione di poter stampare il logo della propria azienda sulle borse Qwstion. Kruit rifiutò: per lui mettere un logo altrui sulle borse era fuori discussione. Tuttavia, propose come alternativa di realizzare un ciondolo rimovibile con il logo, e l'accordo si fece.

**Fare attenzione ai pericoli.** La cosa importante, secondo Kruit, è sapere con precisione fino a che punto siamo disposti a spingerci in una trattativa e quali sono i limiti. Altrimenti è facile farsi «incastrare» in posizioni scomode. Se ad esempio si viene contattati da un cliente molto interessante dal punto di vista economico, si è tentati di accettare troppo rapidamente e di cedere a qualsiasi richiesta. «In questi casi spesso si vedono solo le opportunità, anziché considerare anche i pericoli». Ad esempio: una grande casa di vendita per corrispondenza online aveva mostrato interesse per la distribuzione dei prodotti Qwstion, ma esigeva che Qwstion producesse a proprie

«In una trattativa è necessario sapere fino a che punto siamo disposti a spingerci e quali sono i limiti.»

spese l'80% delle borse ordinate per costituire delle scorte. Per Kruit, questo rischio era troppo elevato. Durante la trattativa disse: «So che, per voi, noi siamo solo un pesce piccolo, ma credo che siamo uno di quelli che fanno bene all'immagine di un'azienda. Perché non dividiamo il rischio?» Anche questa collaborazione è andata in porto, con una soluzione conveniente per entrambi.

**Agire in modo cooperativo.** Se è l'azienda Qwstion a essere dall'altra parte e a commissionare incarichi, per Sebastian Kruit è importante che la collaborazione sia equa. «Se, ad esempio, il prezzo del dollaro sale, parliamo con i nostri fornitori principali. Non vogliamo ridurre i prezzi e basta, perché poi sarebbe la qualità a rimetterci», afferma Kruit. È un comportamento che dà i suoi frutti. «Sono 14 stagioni che facciamo produrre le nostre borse allo stesso produttore e curiamo con lui una relazione commerciale molto cooperativa basata sulla fiducia e che funziona molto bene».