

# Fournisseur de solutions...

Un challenge qui ne fait pas peur aux responsables des business units  
«monobroche» et «multibroche» de TORNOS!

A collage of images and text for a TORNOS advertisement. At the top left, it says 'Think Parts' and 'Think TORNOS'. In the center, it says 'Discover how...'. On the right, there is a list of benefits: 'Precise', 'Productive', 'Flexible', 'Efficient', and 'User friendly'. The collage includes images of a car, a surgical team, a watch, and various industrial parts. At the bottom, it says '...the TORNOS solutions are!'. The TORNOS logo is in the top right corner.

**T**ORNOS est fournisseur de solutions spécialisées dans de nombreux domaines d'activités et cela depuis de longues années. Dès lors, pourquoi présenter cette approche, notamment développée lors de l'EMO, comme quelque chose de vraiment nouveau? Est-ce réellement différent?

Pour découvrir plus en détail ce que représente réellement cette approche, DECO-Magazine a rencontré M. Cancer, responsable de la BU monobroche et M. Nef, responsable de la BU multibroche.

#### DECO-Magazine

*Messieurs, bonjour! Cette philosophie, que l'entreprise résume sous le slogan «Think part – Think TORNOS» n'est-elle pas un peu «tape-à-l'œil»? En quoi consiste-t-elle? Et pourquoi la développer aujourd'hui?*

#### Carlos Cancer

Le slogan représente réellement le service que TORNOS offre aujourd'hui: une solution complète, personnalisée et finement adaptée aux besoins de différents domaines d'activités et donc, de nos clients.

Il ne s'agit pas d'une simple formule publicitaire, mais bien de l'approche de la relation avec nos clients qui est maximisée. Nous disposons d'un savoir-faire extraordinaire qui apporte réellement une valeur ajoutée à nos clients. En développant cet axe, nous répondons à une demande des marchés en devenant toujours plus précis dans les solutions offertes.

#### DECO-Magazine

*Cela signifie-t-il que TORNOS redevient fournisseur de solutions extrêmement complexes et spécifiques, offrant de ce fait des prix très élevés?*

#### Carlos Cancer

Non. C'est là toute la force de nos produits actuels. Il s'agit d'une gamme de produits «universels» qui constitue en fait le cœur d'un système très développé.

Par exemple, la machine DECO 13a qui réalisait des pièces médicales lors de l'EMO, est une machine standard. Mais le savoir-faire de TORNOS consiste à l'«habiller» de périphériques et d'accessoires développés spécifiquement. Ceci nous permet de transformer une machine standard en un redoutable outil au service de domaines spécifiques.

# Fournisseur de solutions...

*DECO-Magazine*

*Le système semble en effet ingénieux, mais comment développez-vous ces solutions «sur mesure» ?*

**Willi Nef**

Nous travaillons depuis des années dans tous ces domaines d'activités et avons en permanence des contacts avec le marché. Ceci nous permet d'être toujours en parfaite adéquation avec les besoins.

*DECO-Magazine*

*En tant que responsable de business units (voir encadré), vous veillez au développement de vos propres unités.*

*Comment gérez-vous la complémentarité ?*

**Willi Nef**

Le but de TORNOS est d'aider ses clients à faire des affaires. Dès lors, lorsqu'une nouvelle demande nous est formulée, nous l'analy-

*DECO-Magazine*

*Sur quels critères vous basez-vous pour envisager de développer un nouveau marché, un nouveau domaine d'activité ?*

**Carlos Cancer**

Il ne faut pas oublier que TORNOS dispose d'une grande expérience du décolletage (plus de cent ans) et que plus de 40'000 machines à cames TORNOS sont toujours en activité sur le marché. Associées aux 4000 DECO et MULTIDECO, qui produisent quotidiennement, elles représentent également une source importante d'informations qui nous permet de réellement apporter des solutions très précises.



*DECO-Magazine*

*Cela peut-il signifier que TORNOS développe des applications en partenariat avec des clients pour ensuite revendre la technologie à d'autres ?*

**Carlos Cancer**

Absolument pas. Les relations de TORNOS avec ses clients sont transparentes. Si nous développons une solution en partenariat, la commercialisation de celle-ci n'est pas

*DECO-Magazine*

*Vous suivez donc le marché ?*

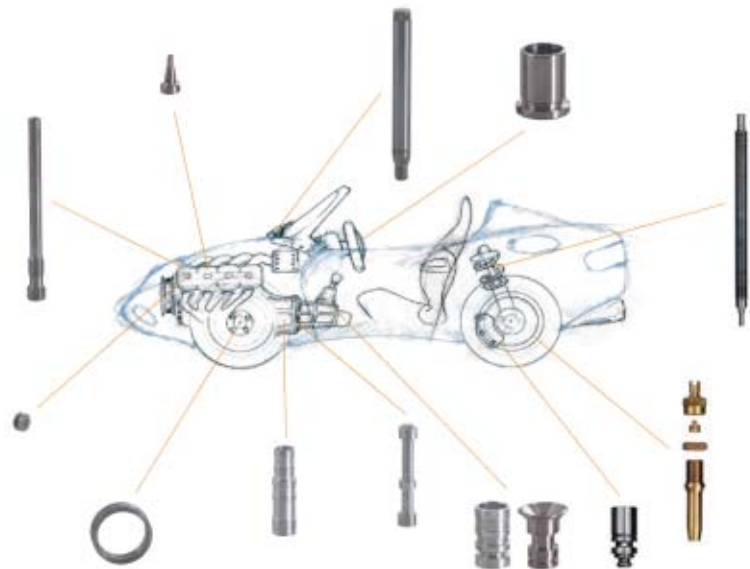
**Carlos Cancer et Willi Nef** (de concert)

Oui, mais cela n'est pas suffisant! Si nous voulons toujours offrir des solutions novatrices, nous devons également anticiper les besoins des marchés.

Pour ce faire, nos collaborateurs technico-commerciaux sont sans cesse à l'affût de nouvelles tendances et d'évolutions.

Actuellement, nous offrons des solutions précises dans différents domaines, mais ce n'est pas figé. Nous désirons réellement offrir de la valeur ajoutée à nos clients, aujourd'hui et dans le futur.

sons dans cette optique. Si la pièce peut être réalisée sur monobroche et multibroche, c'est évidemment la solution correspondant le mieux aux attentes du client qui sera proposée.



|                  |
|------------------|
| Editorial        |
| Forum            |
| <b>Interview</b> |
| News             |
| Presentation     |
| Technical        |
| The present      |



Interview

automatiquement effectuée, tout est examiné au cas par cas. Nous bâtissons et développons des relations de confiance avec nos clients.

**DECO-Magazine**  
*Pour revenir sur vos axes de développement, disposez-vous d'autres sources d'informations ?*

**Carlos Cancer**  
Nous disposons effectivement d'une «intelligence marketing» qui nous fournit des données relatives aux différents marchés. Par exemple, des études nous montrent que le marché de la connectique est en mouvement.

En août 2003, les entrées de commandes de ce domaine au niveau mondial représentaient une hausse de 16,5 %, par rapport à la même période de l'année précédente. Après des évolutions de - 19,1 % en 2001 et de - 9,6 % en 2002, ces

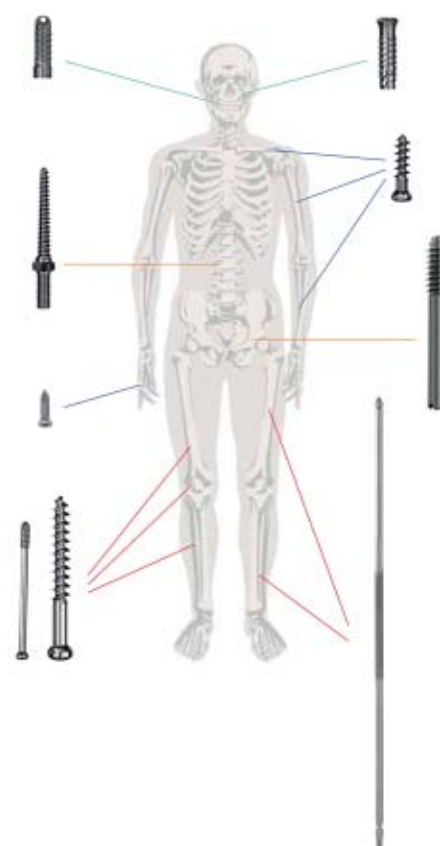
chiffres sont prometteurs et nous ouvrent des possibilités.

**DECO-Magazine**  
*Merci Messieurs pour ces précisions qui nous montrent que votre stratégie est claire et solide. Un mot pour la fin ?*

**Willi Nef**  
Nous avons réalisé des documentations ciblées sur différents domaines; à ce jour l'automobile, le médical et la robinetterie. Ce dernier document démontre par exemple la réalisation de pièces à très haute productivité sur MultiDECO (dès 1,8 sec./pièce).

Ces informations seront prochainement complétées et étoffées par de nouvelles applications.

N'hésitez pas à nous contacter ou à consulter régulièrement le site de l'entreprise, vous y trouverez toutes ces brochures et bien d'autres choses encore.



F



[www.tornos.ch](http://www.tornos.ch) rubrique "news"

*La structure par business unit est une structure orientée clients qui permet à l'entreprise de rééllement appliquer «une stratégie très ciblée». Toutes les activités relatives aux solutions-clients sont sous la responsabilité des directions des BU. Celles-ci mobilisent des ressources de départements centralisés servant toute la société selon les besoins.*

*Nous reviendrons plus en détails sur cette organisation et les avantages qu'elle procure dans un prochain numéro de DECO-Magazine.*