

KUNDEN SIND DAS WERTVOLLSTE UNTERNEHMENSGUT

Diese Tatsache gerät des Öfteren in Vergessenheit. Um zu erfahren, was so alles bei Tornos auf Kundenbeziehungsebene läuft, sprach decomagazine mit Herrn Urs Hirsiger, Verkaufs- und Marketingleiter im Rang eines stellvertretenden Geschäftsführers.

decomagazine (dm): Wir haben gehört, dass Tornos sich in einer Aufwertungsphase auf der Service- und Verkaufsebene seiner Organisationsstruktur befindet.

Grundsätzlich hat sich eine Organisation mit mehreren Aspekten wie Personal, Finanzen und Ausrüstung auseinanderzusetzen und ihr Erfolg erwächst aus dem ausgewogenen Zusammenspiel dieser Aspekte. Können Sie uns über die bei Tornos umgesetzten Änderungen berichten?

Urs Hirsiger (UH): "Kundenbedürfnisse und Marktanforderungen" darf nicht nur als Präsentationslogan unseres Unternehmens angesehen werden, wir müssen auch tatsächlich danach leben. Da Kundenerwartungen weltweit gebietsbedingt variieren, muss unsere Verkaufs- und Serviceorganisation so aufgebaut sein, dass sie diesem Umstand Rechnung trägt.

Der Leitsatz "Global denken – lokal handeln" beschreibt treffend, was wir zu tun haben. Ein erster wichtiger und bereits eingeleiteter Schritt ist die örtliche Anpassung der Dienstleistungen und der Aufbau von Anwendungs- und Prozess-Knowhow in den 4 – Asien, Nord- und Südeuropa sowie Amerika umfassenden – Wirtschaftsgebieten. Ich freue mich sehr, in Herrn Sandor Sipos, Leiter des weltweiten

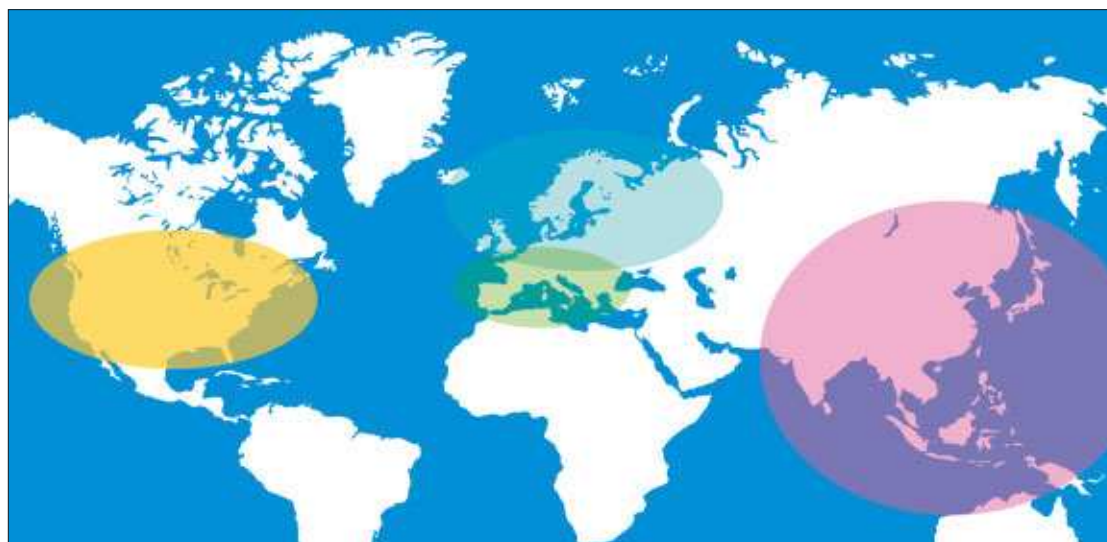
Kundendienstes, einen Partner gefunden zu haben, der mit vollem Einsatz die gleichen Ziele verfolgt.

dm: Können Sie uns, bevor wir näher auf diese Aspekte eingehen, sagen, warum Sie diese Änderungen eingebaut haben?

UH: Das Schlüsselwort ist Kundennähe! Wir wollen unseren Kunden sowohl hinsichtlich der geografischen Distanz, als auch auf sprachlicher und kultureller Ebene nahestehen. Wir unterstützen unsere Kunden ausgehend von verschiedenen Techno-Hub-Zentren (Exzellenzzentren), darunter je eine nord- und südeuropäische Basis, wo weitgehend Englisch und Deutsch bzw. vorwiegend Französisch gesprochen wird. In Asien und Amerika betreiben wird aus offensichtlichen Gründen ebenfalls eine Reihe von einschlägigen Zentren.

dm: Techno Hubs? Oder doch nur Verkaufsgebiet?

UH: Überhaupt nicht! Wie Sie in Ihrer ersten Aussage hervorgehoben haben, gibt es in einer Organisation nicht nur Personal, sondern auch Material, Waren und Geld. Im Zuge der laufenden Organisationsstrukturänderungen eröffnen wir schwerpunktmäßig vier Techno-Hubs, in St-Pierre



Vier Verkaufs- und Servicezonen als Garantie für eine grosse Kundennähe.

Interview

(Frankreich) für Südeuropa, Pforzheim für Nordeuropa, Shanghai für Asien und Chicago für Amerika. Diese Zentren werden als Verfahrens- (Prozess-Knowhow) und Schulungsbasen zur Erfüllung regionaler Bedürfnisse entwickelt.

dm: Werden Sie die Anzahl der Niederlassungen herabsetzen?

UH: Ganz und gar nicht, die Errichtung des Techno-Hubs in Chicago beispielsweise, bedeutet nicht die Schließung unserer Niederlassungen in Brookfield. Das gleiche gilt für Hong Kong: Die Eröffnung des Shanghai-Techno-Hubs bedeutet keinesfalls, dass wir Hong Kong als Verkaufs-, Service- und Logistikbasis zu schließen gedenken. Wie bereits erwähnt, wollen wir mehr Kundennähe schaffen, weshalb wir unseren Mitarbeiterstab in der Nachbarschaft haben müssen, und dazu brauchen wir kleine dynamische Teams, die in Reichweite unserer Kunden ansässig sind.

dm: Was genau wird mit diesen Techno-Hubs bezweckt?

UH: Ein Kunde, der eine Tornos-Drehmaschine erwirbt, kauft nicht nur eine Maschine, sondern wünscht häufig die Zusammenarbeit mit uns, um seine Bearbeitungsprozesse zwecks Erhaltung seiner Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. Und da wir stets nach neuen Anwendungen streben, können wir einem potentiellen Kunden mit einem Drehversuch zeigen, dass Tornos seine Entwicklungen mit Kunden teilt. Für viele unserer Kunden ist die Schulung ihrer Bediener wichtig, wobei es sich hier um eine Win-Win-Situation handelt: Der Kunde steigert seine Wettbewerbsfähigkeit und stellt damit ebenfalls seine eigenen Kunden zufrieden.

dm: Heißt das, dass Sie neue Mitarbeiter und neue Dienstleistungen ankündigen?

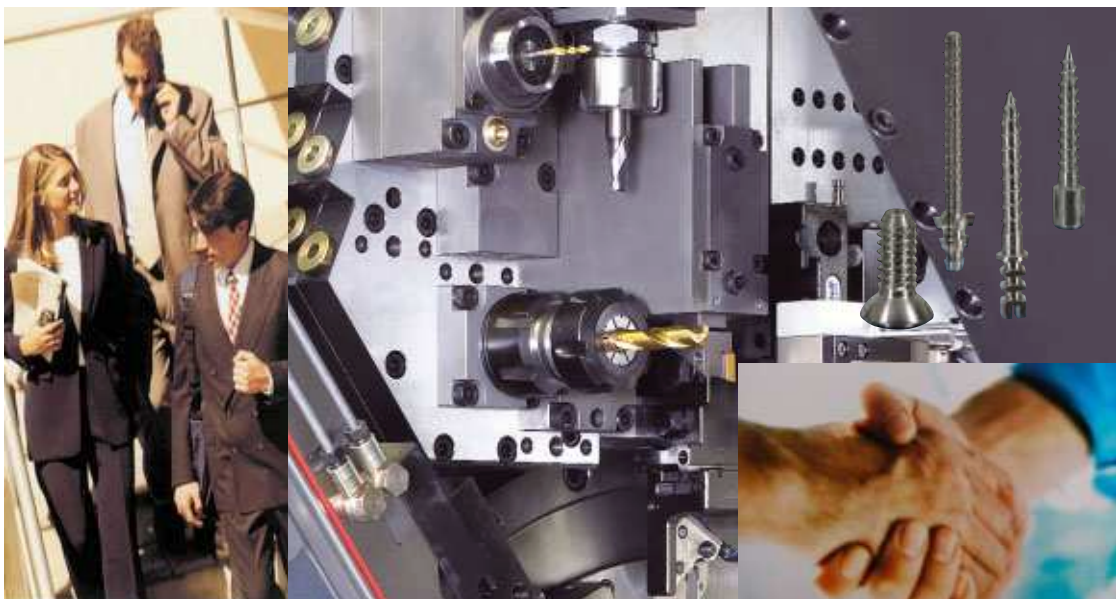
UH: Ganz richtig, wir investieren Geld – dritter Punkt ihrer allerersten Aussage – in die Anwerbung, Schulung und Unterstützung fähiger Leute sowie in Investitionsgüter, um weltweit maßgeschneiderte Lösungen anbieten zu können. Angestrebt wird dabei die Nutzung jedes unserer Kundenkontakte, um die Kunden auf die eine oder andere Weise zu unterstützen.

dm: Sie erwähnen mit Nachdruck maßgeschneiderte Lösungen...

UH: Ja genau, Kundenbedürfnisse sind weltweit unterschiedlich und die Verfügbarkeit von lokalen Tornos-Angestellten oder von Angestellten unserer Geschäftspartner zur Schulung oder Betreuung ihrer örtlichen Kunden ist von ausschlaggebender Bedeutung. Damit wird nicht nur gewährleistet, dass wir unsere Kunden verstehen, sondern dass wir in der Lage sind, höherwertige Dienstleistungen zu erbringen.

dm: Kann ich als Kunde in ein Techno-Hub kommen und das Unmögliche verlangen?

UH: Klar dass wir keine Wunder vollbringen können (zumindest nicht jeden Tag), aber Kunden, die auf ein Techno-Hub zukommen, können sicher sein, dass unser Mitarbeiterstab ihre Anforderungen verstehen und «für die nötige Umsetzung sorgen» wird. Wir sind ebenfalls am Aufbau einer Wissensdatenbank, über die sämtliche Techno-Hubs sowie der Hauptsitz miteinander verbunden sein werden. In diesem System werden wir über unseren weltweit verbreiteten Wissens-, Lösungs- und Erfahrungsschatz verfügen. Das ist ein äußerst schlagkräftiges Instrument.



Die von Tornos durchgeführten Kundenumfragen zeigen, dass gute Kundenbeziehungen für den Erfolg grundlegend sind.



Für solche Herausforderungen sind die Techno Hubs gewappnet. Eine intelligente Kombination von Maschinenkinematik und Informatiktechnik ermöglichten die Realisierung dieses Implantats in einer Aufspannung: eine enorme Zeitersparnis für den Kunden.

dm: Wie schützen Sie Kundendaten?

UH: Auf diese Datenbank wird nur ein auserlesener Tornos-Mitarbeiterstab zugreifen können und zwar unter Ausblendung heikler und vertraulicher Informationen. Ziel ist, unsere Kunden weltweit zu unterstützen und nicht etwa ihre «Geheimnisse» preiszugeben.

lade jeden Kunden dazu ein, mir mitzuteilen, falls wir unseren Verpflichtungen nicht erfüllen. Besten Dank für Ihre Mithilfe.

dm: Wenn ich die Aufgabe habe, ein neues Teil zu fertigen, für das ich noch nicht die optimalen Voraussetzungen habe, kann ich dann mit einem der Techno-Hubs weiterkommen?

UH: Ja, und Sie müssen dabei nicht bis zur nächsten Ausstellung warten, um sich eine Tornos-Maschine anzusehen oder einen Tornos-Vertreter anzutreffen: Beide sind dort stets für Sie da, um die beste Lösung zu finden.



Urs Hirsiger

Herr Urs Hirsiger, in 2006 zum Verkaufs- und Marketingleiter ernannt, hat vormalig für eine Reihe von Werkzeugmaschinenfirmen gearbeitet. Er ist insbesondere in kulturellen Aspekten und was den "Stellenwert des Kunden" betrifft, sehr erfahren.

Die Leser des decomagazines werden Gelegenheit haben, ihn auf einigen der weltweit abgehaltenen Ausstellungen anzutreffen.

Möchten Sie uns ein Feedback zu den Techno-Hubs geben oder haben Sie Fragen zu einem der in diesem Artikel besprochenen Punkte? Zögern Sie nicht, sich an unsere Frau Hirtzlin, Herrn Urs Hirsigers Assistentin zu wenden. Hirtzlin.a@tornos.com

dm: Sie sind neu bei Tornos seit Oktober 2006, aber was für Änderungen wird es für die Kunden mit dieser neuen 4-Zonen-Verkaufs- und Serviceorganisation geben?

UH: Wir möchten, dass den Kunden der Unterschied auffällt! Wir wollen die Nähe zu den Kunden um schneller und kompetenter auf Kundenbedürfnisse einzugehen.

dm: Wir danken Ihnen. Möchten Sie unseren Kunden zum Abschluss dieses ersten Artikels noch etwas mitteilen?

UH: Ja, ich freue mich sehr auf den neuen Ansatz im kundenorientierten Denken innerhalb der Verkaufs- und Serviceorganisation. Wir haben einen ausgezeichneten Mitarbeiterstab und exzellente Partner, sodass unsere Kunden mit deren Unterstützung weiteren Verbesserungen entgegensehen können. Ich