

LES CLIENTS SONT LE BIEN LE PLUS PRÉCIEUX DE L'ENTREPRISE

On oublie souvent cette vérité évidente. Pour avoir une idée du déroulement des relations clients chez Tornos, decomagazine a rencontré M. Urs Hirsiger, Vice-Président et Directeur Ventes & Marketing.

decomagazine (dm): Nous avons entendu dire que Tornos est sur le point de modifier sa structure organisationnelle pour les services et les ventes.

Une organisation doit principalement gérer différents aspects tels que les personnes, les finances et l'équipement. Une association satisfaisante de ces aspects déterminera le succès de l'organisation. Pouvez-vous nous dire quels sont les changements qui ont lieu au sein de Tornos?

Urs Hirsiger (UH): «Les besoins du client et les exigences du marché» ne doivent pas simplement être considérés comme un slogan de présentation de notre entreprise. Nous devons véritablement les vivre. Les attentes des clients variant selon les régions du monde, notre organisation des ventes et des services doit être conçue de manière à s'y adapter.

Les grandes lignes de ce que nous avons à accomplir peuvent se résumer par ces quelques mots: «Penser mondialement – Agir localement» (Think global – Act local). La première étape essentielle est déjà en bonne progression: la localisation des services et la création d'un savoir-faire au niveau des applications et des processus dans les quatre zones suivantes: Asie, Europe du Nord, Europe du Sud et Amérique. Je suis très heureux d'avoir trouvé en Sandor Sipos, Directeur des services à l'international, un partenaire

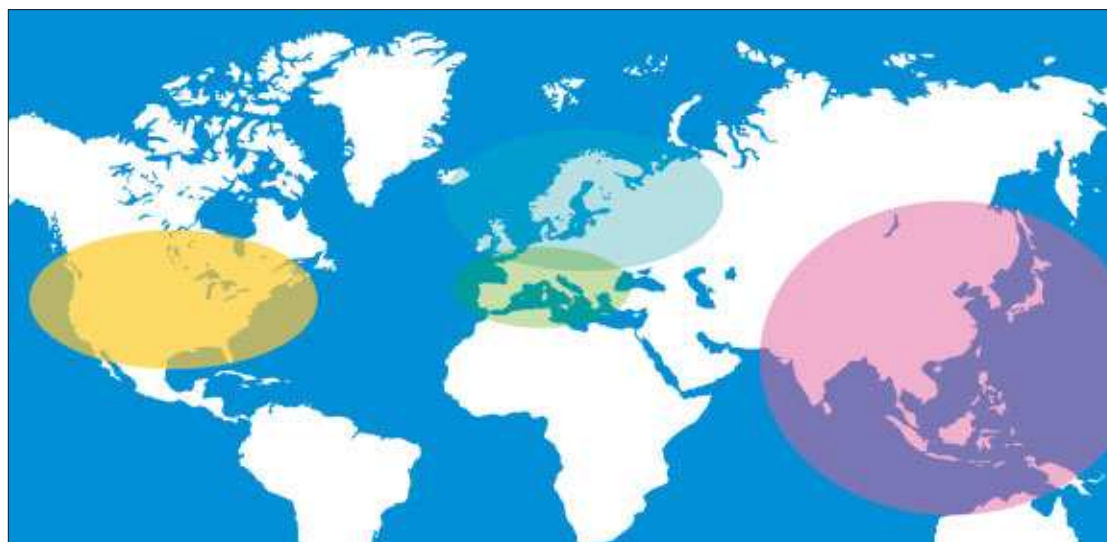
qui travaille avec enthousiasme en suivant la même ligne de conduite.

dm: Avant de rentrer dans les détails de ces différents aspects, pouvez-vous nous dire pourquoi vous avez procédé à ces changements?

UH: Le mot-clé, c'est la proximité! Nous voulons être proches de nos clients, en termes de distance géographique, de langue et de culture. Nous soutenons nos clients à partir de différents Techno Hubs (plateformes technologiques), comme par exemple en Europe du Nord où l'anglais et l'allemand sont largement parlés et en Europe du Sud où le français domine. En Asie et en Amérique, nous exploitons également plusieurs centres pour les raisons évidentes de proximité, mentionnées plus haut.

dm: Des Techno Hubs? Ou simplement une zone de vente?

UH: Pas du tout! Comme vous l'avez indiqué dans votre première déclaration, une organisation ne comporte pas seulement des personnes, mais également des matériaux, des biens et de l'argent. Simultanément aux changements au sein de l'organisation, nous ouvrons quatre principaux Techno Hubs à St Pierre (France) pour l'Europe du Sud, à



Quatre zones de vente et de services: l'assurance d'une grande proximité avec les clients.

Interview

Pforzheim (Allemagne) pour l'Europe du Nord, à Shanghai pour l'Asie et à Chicago pour l'Amérique. Ces centres de compétences sont conçus comme des bases de formation et d'application (savoir-faire des processus) afin de pouvoir satisfaire les besoins régionaux.

dm: Allez-vous réduire le nombre de filiales?

UH: Pas du tout, le fait d'établir par exemple un Techno Hub à Chicago ne veut pas dire que nous allons fermer notre filiale de Brookfield. Il en est de même pour Hong Kong: l'ouverture du Techno Hub à Shanghai ne veut absolument pas dire que nous allons supprimer la base de ventes, de services et de logistique de Hong Kong. Comme je l'ai expliqué, nous voulons être plus proches de nos clients. Notre personnel doit donc se trouver à proximité: nous avons besoin d'équipes, petites et dynamiques, qui se situent à une distance accessible pour nos clients.

dm: Quel sera l'objectif précis de ces Techno Hubs?

UH: Un client qui achète un tour Tornos n'achète pas seulement une machine. Souvent, il souhaite travailler avec nous afin d'améliorer ses processus d'usinage pour rester compétitif. Comme nous développons toujours de nouvelles applications, nous pouvons montrer à un acheteur potentiel, par un test de coupe, que Tornos partage ses développements avec ses clients. Pour bon nombre de nos clients, une formation solide de leurs opérateurs est très importante. C'est une situation gagnant-gagnant: le client augmente sa compétitivité et satisfait ainsi ses propres clients.

dm: Cela signifie-t-il que vous allez avoir un nouveau personnel et de nouveaux services?

UH: Tout à fait. Nous investissons – troisième point de votre première déclaration – afin d'engager, de former et de soutenir des personnes compétentes d'une part et d'acquérir de l'équipement d'autre part, pour pouvoir offrir des solutions sur mesure dans le monde entier. Le but est de profiter de tout contact avec nos clients afin de les soutenir d'une manière ou d'une autre.

dm: Vous insistez sur les solutions sur mesure...

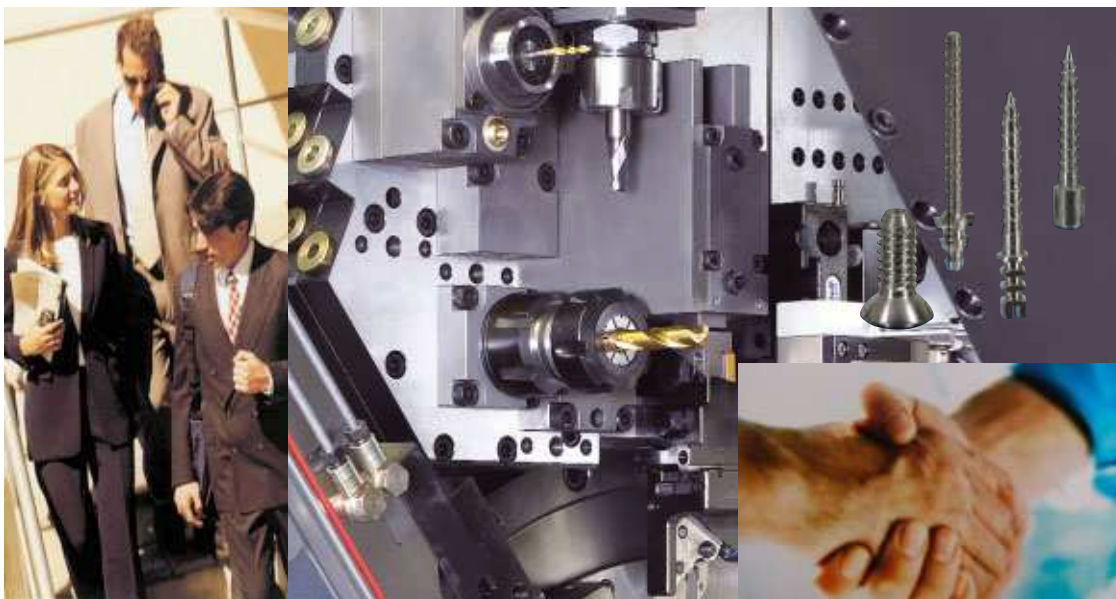
UH: Oui, les besoins des clients ne sont pas les mêmes à travers le monde. Il est très important d'avoir sur place des employés Tornos ou des employés de nos partenaires qui fournissent des services ou forment leurs clients localement. Non seulement ceci garantit que nous comprenons nos clients, mais nous permet également d'offrir des services à valeur ajoutée.

dm: En tant que client, puis-je me présenter à un Techno Hub et demander l'impossible?

UH: Evidemment, nous ne pouvons pas faire de miracles (du moins pas tous les jours), mais les clients qui contactent un Techno Hub peuvent être certains que nos collaborateurs comprendront leurs besoins et feront plus que leur possible. Nous sommes également en train de créer une base de données avec nos informations, qui reliera tous les Techno Hubs et le siège. Ce système contiendra toutes les connaissances et les solutions que nous avons fournies dans le monde; c'est un outil extrêmement puissant.

dm: Comment protégez-vous les données client?

UH: Seules les personnes sélectionnées par Tornos auront accès à cette base de données et les informa-



Les études faites par Tornos envers sa clientèle le démontrent, la relation est primordiale dans le succès.



Le genre de challenges auxquels les techno hubs sont parés pour faire face. Une combinaison intelligente de la cinématique de la machine et de la puissance de l'informatique ont permis la réalisation de cet implant en un seul serrage: des gains de temps impressionnants pour le client.

tions sensibles et confidentielles n'y apparaîtront pas. Le but est d'aider nos clients dans le monde entier, pas de dévoiler leurs «secrets».

dm: Si j'ai pour défi de produire une nouvelle pièce pour laquelle je ne bénéficie pas encore des paramètres optimaux, ai-je la possibilité de travailler avec l'un des Techno Hubs ?

UH: Oui, et vous n'aurez pas à attendre le prochain salon pour voir une machine ou un représentant Tornos: ils seront toujours là pour travailler avec vous et trouver la meilleure solution.

dm: Vous êtes récemment arrivé chez Tornos en octobre 2006, mais pouvez-vous nous dire quels seront les changements pour les clients avec cette nouvelle organisation des ventes et des services dans les quatre zones ?

UH: Le but est que les clients voient la différence! Nous voulons être proches d'eux, répondre plus rapidement et de manière compétente, et continuer à entretenir de bonnes relations de travail avec eux.

dm: Merci. Avez-vous des commentaires pour vos clients afin de clore ce premier article ?

UH: Oui, je suis très enthousiaste à l'idée de faire évoluer l'orientation clients au sein de l'organisation des ventes et des services. Nous avons un personnel et des partenaires excellents. Avec leur soutien, nos clients vont pouvoir profiter d'autres améliorations. Si nous ne tenons pas nos engagements, j'invite tout client à m'en informer. Merci pour votre aide.



Urs Hirsiger

Responsable des Ventes et Marketing nommé en 2006, M. Hirsiger a auparavant travaillé pour plusieurs entreprises de machines-outils à travers le monde. Il bénéficie d'une grande expérience des aspects culturels et de l'«importance du client».

Les lecteurs de decomagazine auront l'opportunité de le rencontrer sur certains des salons internationaux.

Si vous souhaitez nous transmettre vos réactions sur les Techno Hubs ou toute demande sur l'un des autres points abordés dans cet article, n'hésitez pas à les envoyer à Mme Hirtzlin, assistante de M. Urs Hirsiger: hirtzlin.a@tornos.com