

MEJOR SERVICIO A LOS CLIENTES: ADAPTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La orientación estratégica para los próximos cinco años, desvelada por Tornos durante el mes de octubre, consta de seis elementos: una mayor internacionalización de sus actividades, un refuerzo de la flexibilidad, el crecimiento a través de la innovación, actividades de servicio más desarrolladas, una mayor excelencia operativa y la presentación de soluciones específicas para segmentos de mercado objetivo. ¿Cómo afectará todo esto a los clientes? Para responder a esta cuestión, nos hemos reunido con Carlos Cancer, director de la nueva entidad «Market & Sales Support», cuyo objetivo es aportar más valor a los clientes.



En Moutier (Suiza), el nuevo departamento hierve de actividad: los especialistas de los distintos mercados y de las diversas líneas de productos trabajan codo a codo en un gran espacio abierto que favorece la comunicación y la resolución de problemas. Cancer declara: «*Los mercados evolucionan y nuestros clientes necesitan respuestas aún más adaptadas y cada vez con mayor rapidez. Por eso hemos decidido integrar las responsabilidades de las líneas de productos de las máquinas monohusillo (Mono), las máquinas multihusillo (Multi), el fresado y el servicio al cliente, y reunir así a todos los actores al servicio de los clientes (excepto ventas) en un mismo departamento para maximizar su eficacia*».

Los mercados evolucionan

En Europa ha aumentado la complejidad de las piezas que se realizan, mientras que la producción de muchas otras se ha desplazado a países en crecimiento, como los denominados BRIC. Para hacer frente a estos cambios, Tornos ha desarrollado gamas de productos que ofrecen soluciones específicas para cada categoría de necesidad. Cancer declara: «*Las demandas de los clientes han evolucionado mucho y si la innovación es uno de los pilares de nuestro crecimiento, debemos innovar imperativamente de forma rápida y precisa. Tornos siempre ha sido una empresa innovadora y nuestra nueva organización está encaminada a reforzar este aspecto*». En 2013 la empresa



presentará varios productos nuevos que pondrán de manifiesto esta voluntad de sorprender al mercado con soluciones innovadoras (véase el recuadro sobre Swiss Nano).

Definición de las necesidades

«Nuestro objetivo es conocer mejor las necesidades de los clientes y de los mercados. Tenemos la suerte de ser uno de los únicos fabricantes que ofrecen tornos monohusillo, tornos multihusillo y fresado, y por eso podemos recoger información cuantiosa procedente de los distintos segmentos de actividad. Confrontando las experiencias de unos y otros, lograremos identificar mejor las expectativas de nuestros clientes y así proporcionarles soluciones perfectamente adaptadas», explica el director.

Soluciones para...

Las soluciones presentadas por Tornos pasan por una amplia gama de productos destinados a distintos niveles de complejidad y exigencia. Sin embargo, la visión del fabricante no termina aquí; en función de los mercados objetivo, los ingenieros no paran de desarrollar nuevos aparatos y dispositivos destinados a aumentar constantemente la productividad de las instalaciones. Cancer explica: «A la hora de definir las soluciones es cuando la sinergia entre los distintos campos cobra toda su importancia. Hace poco, por ejemplo, hemos aplicado procesos 'monohusillo relojeros' en tornos multihusillo y procesos 'multihusillo automovilísticos' en tornos monohusillo».

... dar más valor a los clientes

«Lo que pretendemos es añadir valor a los procedimientos de mecanizado de nuestros clientes», explica Cancer, que añade: «Esto se puede hacer mediante

nuevos productos y nuevas opciones, pero también por medio de servicios específicos como el coaching o la formación objetivo».

Mejor apoyo a la venta

Cancer, antiguo responsable de ventas y luego director de filial, sabe que la calidad de la relación con los clientes pasa por tener personas de contacto bien formadas e informadas. Y puntualiza: «El objetivo de esta nueva organización también es ayudar a nuestros equipos de ventas a acotar mejor las necesidades de nuestros clientes y a darles respuestas aún más rápidas. Para ello, simplificaremos nuestros procesos y les proporcionaremos herramientas y conocimientos adicionales tanto en cuestión de productos como de servicios».

¿Y qué va a cambiar en concreto todo esto?

Cancer añade: «Nuestra misión no se limita a ofrecer productos más potentes, también debemos brindar un servicio cada vez de mayor calidad. Nuestros clientes tienen que poder contar con nosotros para utilizar de forma óptima sus medios de producción».

Cancer termina, a modo de conclusión: «Los clientes quieren lograr resultados con las máquinas Tornos y nosotros estamos a su lado para ayudarles a mejorar esos resultados».



TORNOS

Tornos SA
Industrielle 111
2740 Moutier
Tel. +41 32 494 44 44
Fax +41 32 494 49 07
contact@tornos.com
www.tornos.com