



Qué siente la gente, *qué opina y qué dice de Tornos*

En Tornos queremos hacer participar a nuestros clientes existentes y también potenciales, e infundirles confianza.

Si bien las características y especificaciones de las máquinas son de gran importancia en sectores como el nuestro, también lo son la reputación, el valor percibido y el grado de conocimiento por parte de los demás.

TORNOS

Tornos SA
Industrielle 111
CH-2740 Moutier
Suiza
Tel. +41 32 494 44 44
contact@tornos.com
tornos.com

Queremos que estos fabricantes perciban a Tornos no solo como marca, sino también como sinónimo de calidad, productividad, precisión y eficacia. Estos son los objetivos perseguidos por Tornos, si bien el grupo está guiado por su estrategia, su visión y sus valores. Rolph Lucassen, Head of Marketing Communications and Brand Management de Tornos, explica el planteamiento que se esconde detrás del nuevo diseño de marca del grupo.

decomagazine: ¿Por qué decidió Tornos cambiar su diseño de marca?

Rolph Lucassen: *Con la marca se sigue una estrategia. El diseño escogido para la marca, incluyendo el nuevo logotipo de Tornos, es prueba evidente de que estamos construyendo activamente nuestro futuro implementando nuestra estrategia. Al definirnos claramente como empresa realmente global, ágil e innovadora, nos diferenciamos de nuestros competidores, reforzamos nuestra marca y creamos confianza en el mercado.*



dm: ¿Qué significado tiene exactamente esta estrategia?

RL: Hemos definido los seis pilares sobre los cuales queremos construir nuestro futuro. Arriba de todo en la lista está la internacionalización de nuestro negocio. En el mercado actual globalizado, no podemos limitarnos a Suiza. Por ello nos hemos centrado en la internacionalización de nuestro negocio, reforzando nuestra flexibilidad y creciendo mediante innovación. Lo que nos hace destacar es nuestro Tornos Service. Estas decisiones nos permiten desarrollar nuestra excelencia operativa y ofrecer soluciones exclusivas orientadas a los clientes para segmentos concretos del mercado.

dm: ¿Cómo tiene previsto Tornos seguir esta ruta?

RL: El cambio es a todos los niveles y afecta a todas las actividades de la empresa. Las máquinas que construimos en la actualidad son muy distintas de los modelos anteriores. Mantenemos nuestros principios de excelencia, calidad y rendimiento, pero ahora orientamos más nuestra investigación hacia la ergonomía del producto, la huella y la optimización energética. Prestamos especial atención a los detalles, y nuestra investigación, nuestro enfoque y nuestras ideas giran en torno a las personas (el cliente y el operador de la máquina).

Una nueva experiencia en Moutier

El edificio administrativo de Tornos en Moutier se construyó en 1958 y, comprensiblemente, mostraba algunos signos de deterioro. Al igual que con el logotipo modernizado de Tornos, el cual se exhibe desde hace varios años en nuestros edificios, Tornos quiso aunar los lados funcional y emocional de la marca, el aspecto y las sensaciones, bajo un mismo techo. Para este proyecto de renovación, Tornos contó con la colaboración del estudio de arquitectura Mint Architecture, de Zúrich, con el encargo de desarrollar un nuevo concepto. Se trataba de traducir los valores de la empresa manteniendo en la medida de lo posible la estructura ya existente. El deseo de aprovechar al máximo el generoso espacio, pero al mismo tiempo

teniendo un enfoque uniforme para propiciar los intercambios y la presentación de la empresa, dio como resultado un nuevo centro de bienvenida y salas de reuniones equipadas con la última tecnología en dispositivos de presentación y comunicación. La modularidad y la flexibilidad están a la orden del día en Tornos, por lo cual los espacios varían entre salas formales y zonas más recogidas. La planta baja renovada aún acabados de ventanas nuevos y modernos, iluminación y la instalación de paneles acústicos, respetando al mismo tiempo el entorno de construcción relativamente cuadrada. El resultado es asombroso. Merece una visita.

«Ponemos a la persona (el cliente y el operador de la máquina) en el centro de nuestras investigaciones, de nuestro enfoque y de nuestros razonamientos».

Rolph Lucassen Head of Marketing Communications & Brand Management



dm: ¿Un fabricante de máquinas-herramienta que centra su interés en primer lugar en las personas?

RL: En cierto sentido, nuestra visión se basa en poner a las personas en el centro de nuestras máquinas, dando forma a las aspiraciones, anticipando las necesidades y los logros. Esto forma parte también de nuestra cultura corporativa. Del mismo modo que los animales deben adaptarse a su entorno para sobrevivir, una empresa debe transformarse para subsistir en el mundo exterior. Como resultado de ello, del mismo modo que los animales emigran a nuevos entornos, para que una empresa tenga éxito y conquiste nuevos mercados requiere cualidades tan esenciales como una actitud abierta y el deseo de los empleados y equipos de aprender unos de otros y apoyarse mutuamente. Por tanto, las actitudes positivas y los valores compartidos son factores clave para el bienestar de todos nosotros: nuestros clientes, el grupo, nuestros compañeros y nosotros mismos.

dm: ¿Cómo se traslada esto a la realidad?

RL: Hemos definido seis valores que creemos que son esenciales. Construimos toda nuestra cultura corporativa en torno a la agilidad, una actitud abierta, audacia, fiabilidad, cooperación, así como valoración y mejora. Al atrevernos a intentar cosas nuevas y aceptar los riesgos, avanzamos juntos hacia la conquista de nuestros objetivos.

En concreto, sobre el terreno, también decidimos ofrecer a nuestros clientes existentes y potenciales una nueva experiencia: la experiencia Tornos. Cuando nos visitan en nuestros stands en las ferias, por ejemplo, descubren nuestro universo, un universo caracterizado por una combinación especial de diseño industrial y calor humano, hormigón y madera. La máquina está puesta en escena, sobre un pedestal, como centro de atención, y nosotros somos sus campeones. El modo en el que recibimos a las personas muestra lo mucho que importa su presencia. Desde este punto de vista, en nuestra sede en Moutier hemos completado la renovación de la planta baja del edificio administrativo. En ella se encuentra ahora un centro de bienvenida, salas de reuniones y un ambiente claro y transparente en el que todos se sientan a gusto y que estimule la comunicación. Mostramos con orgullo los colores de la empresa. Con esta paleta invitamos a nuestros clientes a vivir una experiencia única. Lo mismo sucede en nuestro

Customer Center en Shanghái. Además, tenemos previsto construir una instalación similar en Alemania basada en este nuevo concepto.

Se trata de emociones. Si te sientes a gusto en un lugar, quieres regresar ahí. Sabes que encontrarás inmediatamente a expertos que no solo son competentes para hablar sobre sus productos, sino que están dispuestos a escucharte y a averiguar cuáles son tus requisitos, tus problemas y proyectos.

Conocer a su público y saber tocar las notas correctas en el momento correcto, eso es lo que Tornos tiene previsto hacer todos los días. De este modo somos como una orquesta: cada empleado de Tornos trae

sus propias competencias y, juntos, cada uno toca su parte para crear una melodía en perfecta armonía.

Yo, por mi parte, tengo el privilegio de contribuir a que este mundo especial marche sobre ruedas. «We keep you turning» no es tan solo una promesa; es también una garantía de calidad. Transmite nuestro compromiso y nuestra voluntad de superarnos constantemente al tiempo que sentamos las bases para el éxito de nuestros clientes en la fabricación.

tornos.com



serge meister  **sa**
PRECISION CARBIDE TOOLS



www.meister-sa.ch