



Quello che si sente,

si pensa e si dice che Tornos sia

Noi della Tornos, vogliamo coinvolgere i nostri clienti acquisiti e potenziali e vogliamo rafforzare la loro fiducia.

Se da un lato le caratteristiche e le specifiche delle macchine hanno una grande importanza nel caso di industrie come la nostra, dall'altro anche la reputazione, il valore percepito e la consapevolezza hanno il loro peso.

TORNOS

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

Vogliamo che questi produttori conoscano Tornos sia come marca che come sinonimo di qualità, produttività, precisione ed efficienza. Questi sono gli obiettivi che Tornos vuole raggiungere, per cui il gruppo è guidato dalla sua strategia, dalla sua visione e dai suoi valori. Rolph Lucassen, Head of Marketing Communications and Brand Management presso Tornos, spiega le ragioni che sono alla base del rinnovamento del brand design del gruppo.

decomagazine: Perché Tornos ha deciso di cambiare il suo brand design?

Rolph Lucassen: *Il marchio segue la strategia. Il brand design selezionato, compreso il nuovo logo di Tornos, è la prova tangibile del fatto che stiamo costruendo attivamente il nostro futuro mettendo in atto la nostra strategia. Nel definire noi stessi chiaramente come un'azienda operante su scala globale, dinamica ed innovativa, ci differenziamo dai nostri concorrenti, rafforziamo il nostro marchio e creiamo fiducia nel mercato.*



dm: Che cosa intende esattamente con questa strategia?

RL: Abbiamo definito sei pilastri fondamentali su cui intendiamo costruire il nostro futuro. In cima alla lista figura l'internazionalizzazione delle nostre attività. Nel mercato globale di oggi, non possiamo limitarci alla Svizzera. Ci siamo pertanto focalizzati sull'internazionalizzazione delle nostre attività, rafforzando la nostra flessibilità e crescendo grazie ad un continuo processo di innovazione. Noi ci distinguiamo grazie a Tornos Service. Queste scelte ci permettono di sviluppare la nostra eccellenza operativa e di offrire soluzioni esclusive su misura per i segmenti di mercato target.

dm: Come pensa Tornos di seguire questa strada?

RL: Il cambiamento avviene a tutti i livelli e si ripercuote su tutte le attività della nostra azienda. Le macchine che costruiamo oggi sono veramente diverse dai loro modelli precedenti. Manteniamo i nostri principi di eccellenza, di qualità e di efficienza, incentrando tuttavia la nostra ricerca più sull'ergonomia dei nostri prodotti, sull'ingombro al suolo e sul loro consumo energetico. Prestiamo particolare attenzione ai dettagli e, soprattutto, noi poniamo l'uomo, cioè i clienti e gli operatori delle macchine, al centro della nostra ricerca, del nostro approccio e del nostro pensiero.

Un'esperienza nuova a Moutier

L'edificio amministrativo di Tornos a Moutier, costruito nel 1958, comincia comprensibilmente a mostrare i segni dell'invecchiamento. Come per il logo modernizzato di Tornos, visibile da alcuni anni su tutti i nostri edifici, Tornos desidera riunire sotto lo stesso tetto il lato funzionale e quello emozionale del marchio, cioè l'aspetto e lo stile. Per questo progetto di ripristino dell'edificio, Tornos ha collaborato con lo studio Mint Architecture di Zurigo per sviluppare un concetto unico nel suo genere. Si tratta di tradurre i valori dell'azienda utilizzando al meglio l'architettura già esistente. Il desiderio di sfruttare il grande spazio

con un nuovo approccio unitario per promuovere gli scambi e la presentazione dell'azienda ha portato ad un centro di accoglienza e a sale riunioni completamente nuovi, dotati delle più recenti tecnologie di presentazione e comunicazione. La modularità e la flessibilità sono all'ordine del giorno per Tornos, gli spazi quindi variano dalle stanze formali alle aree più intime. Il nuovo pianterreno rinnovato riunisce un nuovo e moderno allestimento delle finestre, un'illuminazione innovativa e nuovi pannelli fonoassorbenti rispettando l'ambiente relativamente quadrato. Il risultato è straordinario. Venite a vedere!

«Noi poniamo l'uomo, cioè i clienti e gli operatori delle macchine, al centro della nostra ricerca, del nostro approccio e del nostro pensiero.»

Rolph Lucassen Head of Marketing Communications & Brand Management



dm: Un produttore di macchine utensili interessato innanzitutto alle persone?

RL: Il mettere le persone al centro della progettazione delle nostre macchine, il dare forma alle aspirazioni anticipandone le esigenze reali e i risultati sono, in un certo modo, il centro della nostra visione. Anche questo fa parte della nostra cultura aziendale. Come gli animali devo adattarsi al loro ambiente per poter sopravvivere, anche le imprese si devono trasformare per adattarsi al mondo esterno. Di conseguenza, così come gli animali migrano verso nuovi ambienti, le aziende hanno bisogno di qualità essenziali come l'apertura mentale e il desiderio da parte dei collaboratori e dei team di imparare l'uno dall'altro e di supportarsi a vicenda, per avere successo ed aprire nuovi mercati specializzandosi. La capacità di guardare al futuro e la condivisione dei valori sono quindi dei fattori fondamentali per il benessere di tutti: dei nostri clienti, del gruppo, dei nostri colleghi e di noi stessi.

dm: Come si traduce tutto questo in risultati concreti?

RL: Abbiamo definito sei valori che riteniamo essere essenziali. Costruiamo la nostra intera cultura aziendale intorno all'agilità, all'apertura mentale, all'essere audaci, all'affidabilità, alla condivisione insieme all'apprezzamento e alla valorizzazione. Avendo il coraggio di affrontare nuove sfide e accettandone i rischi, ci stiamo muovendo tutti insieme per raggiungere i nostri obiettivi.

In concreto, abbiamo anche deciso di offrire ai nostri clienti acquisiti e potenziali una nuova esperienza, l'esperienza Tornos. Per esempio, durante la loro visita ai nostri stand alle fiere, potranno scoprire il nostro universo, un universo creato con un mix unico di design industriale e calore umano, calcestruzzo e legno. La macchina, collocata su un piedistallo, è presentata come il centro dell'attenzione. La maniera in cui riceviamo le persone, gli mostra quanto la loro presenza faccia la differenza. In modo simile, nella nostra sede centrale a Moutier, abbiamo appena terminato la ristrutturazione del pianterreno dell'edificio amministrativo con un nuovo centro di accoglienza, sale riunioni ed un ambiente chiaro e luminoso in cui ognuno si sente a proprio agio ed in grado di comunicare facilmente. Siamo orgogliosi di mostrare i colori dell'azienda. Con questa gamma di colori, invitiamo i nostri clienti a vivere un'esperienza assolutamente unica. Lo stesso avviene nel

nostro nuovo Customer Center a Shanghai. Abbiamo inoltre progettato di costruire una struttura simile in Germania, in linea con questo nuovo concetto.

È una questione di emozioni. Quando Vi sentite benvenuti in un posto, desiderate anche ritornarci. Siete certi di incontrare immediatamente degli esperti competenti con cui parlare dei nostri prodotti e desiderosi di ascoltare e di conoscere le vostre esigenze, i vostri problemi e i vostri progetti.

Quello che Tornos si propone di fare quotidianamente è di conoscere il proprio pubblico e di suonare le note giuste al momento giusto. In questo modo siamo come un'orchestra: ogni dipendente Tornos

contribuisce con le sue competenze e, insieme, ciascuno di noi fa la sua parte per creare una melodia in perfetta armonia.

Io, per quanto mi riguarda, ho il privilegio di contribuire ad far girare questo mondo speciale. «We keep you turning» non è solo una semplice promessa, è una garanzia di qualità. Tutto questo testimonia la nostra volontà e il nostro impegno a superare noi stessi nel gettare le basi per il successo dei nostri clienti nella produzione.

tornos.com



serge meister  **sa**

PRECISION CARBIDE TOOLS



www.meister-sa.ch