

L'image : une valeur sûre !

Début février, j'ai eu la chance de pouvoir visiter un fabricant suisse de machines de très haute précision. La découverte des ateliers est très instructive et l'on comprend comment et pourquoi les machines livrées sont de qualité. Toutes les étapes de fabrication et de montage sont optimisées par un grand programme d'amélioration et de motivation interne et le résultat paie.

Une performance moyenne ne suffit plus

De nos jours, pour atteindre le succès dans l'environnement concurrentiel féroce que nous rencontrons, faire comme les autres ne suffit pas. L'entreprise vise tout bonnement l'excellence et ne fait aucun compromis, ni sur la qualité, ni sur rien d'ailleurs. Toute l'entreprise est dirigée vers ce but commun et le résultat est à la hauteur des attentes, malgré le franc suisse fort et la concurrence offrant une politique tarifaire très agressive.



Aller de l'avant

L'innovation dans les produits et les services générateurs de valeurs pour les clients est la recette choisie par ce fabricant. Un revendeur français m'a dit : « *Nous avons les meilleures machines du monde à vendre, elles sont chères et parfois c'est difficile car la concurrence nous pousse, mais le fait que nous ne fassions pas de compromis travaille pour nous, les clients achètent finalement car ils savent que non seulement ils vont atteindre le niveau de performance souhaité, mais que cela va durer longtemps* ». L'effort que l'entreprise fait pour renforcer son image de marque se retrouve dans les produits... et dans les bénéfiques clients.

Swiss Made ? Quality Made !

En ces jours où le débat fait rage en Suisse sur le Swiss Made et la valeur du label, cette entreprise a compris que la valeur de sa marque est la meilleure des protections (elle est aujourd'hui totalement associée au Swiss Made qui représente encore un must dans de nombreux pays du monde). Et elle fait le maximum pour tenir ses promesses. Car si l'image est très importante, elle reste très fragile et peut être écornée très rapidement.

Ce qu'en pense mon dentiste ?

Un peu plus tard j'étais sur la chaise du dentiste. Même s'il est très sympa, ce n'est pas une place qui me réjouit. Une de ses broches haute-fréquence tournait et faisait ce fameux bruit que peu de gens apprécient (moi non plus) et comme mon praticien sait que la microtechnique me passionne il m'expliqua son choix de broches (tout en continuant de procéder). Sur les deux salles équipées, c'est tout de même une douzaine de ces instruments à changer, soit un

investissement conséquent. Et c'est ici que ce paragraphe se justifie : son discours fut exactement le même que celui du fabricant de machines et du revendeur français cités plus haut. Il m'a expliqué qu'il a choisi la solution de broches haut de gamme d'un fabricant réputé allemand à l'image irréprochable parce qu'elles offrent plus.

Plus d'image, plus de qualité

Il m'a fait l'article de l'ergonomie, du changement d'outils, de la qualité générale et de la durabilité pour ensuite me dire que même si elles sont plus chères, il va tout de même y gagner non seulement financièrement sur la durée, mais en confort et en plaisir d'utilisation.

Cette nouvelle édition d'Eurotec fait à nouveau la part belle à l'innovation et à l'information génératrice d'image et de valeur.

Nous aussi nous souhaitons vous offrir plus et je vous souhaite une bonne lecture.

Pierre-Yves Kohler
pykohler@eurotec-bi.com

PS : N'hésitez pas à nous faire part de vos envies et idées !

Firmenimage: eine Trumpfkarte!

Anfang Februar hatte ich das Glück, ein Schweizer Unternehmen besichtigen zu dürfen, das äusserst präzise Maschinen herstellt. Der Werkstattrundgang war sehr lehrreich, es leuchtete sofort ein, wie und warum die gelieferten Maschinen von so hoher Qualität sind. Alle Herstellungs- und Montage-etappen wurden gemäss eines umfassenden internen Verbesserungs- und Motivationsprogramms optimiert, und das Ergebnis lässt sich sehen.

Mittelmässige Leistungen genügen nicht mehr

Wenn man heutzutage in der harten Wettbewerbsumgebung Erfolg haben möchte, genügt es nicht, es den anderen gleich zu tun. Das Unternehmen strebt Spitzenleistungen schlechthin an und geht keinerlei Kompromisse ein, weder hinsichtlich Qualität noch in sonst einer Form. Das gesamte Unternehmen ist auf dieses gemeinsame Ziel ausgerichtet, und das Ergebnis entspricht den Erwartungen – trotz des hohen Frankenkurses und der Konkurrenz, die eine sehr aggressive Preispolitik betreibt.

Immer vorwärts streben

Innovierende Produkte und für Kunden wertschöpfende Dienstleistungen sind das Erfolgsrezept dieses Herstellers. Ein französischer Wiederverkäufer hatte mir Folgendes mitgeteilt: „*Wir verkaufen die besten Maschinen der Welt, sie sind teuer, und manchmal stossen wir auf Schwierigkeiten, weil die Mitbewerber uns in die Ecke drängen, aber die Tatsache, dass wir keine Kompromisse eingehen, kommt uns zugute, denn die Käufer ringen sich letztendlich zu kostspieligen Anschaffungen durch, weil sie genau wissen, dass sie damit nicht nur das gewünschte Leistungsniveau erreichen werden, sondern auch dass dieses für lange Zeit gewährleistet bleiben wird.*“ Die Bemühungen des Unternehmens, sein

Markenimage zu verbessern, schlagen sich nicht nur in den Produkten sondern auch im Kundennutzen nieder.

Swiss Made ? Quality Made!

In einer Zeit, wo in der Schweiz eine vehemente Debatte bezüglich Swiss Made und des Wertes von Labeln tobt, wurde diesem Unternehmen klar, dass der Wert seiner Marke den besten Schutz darstellt (es wurde seit Jahren alles auf Swiss Made umgestellt, also auf einen Wert, der in zahlreichen Ländern der Welt nach wie vor Gültigkeit hat). Die Geschäftsleitung unternimmt alles in ihren Möglichkeiten Stehende, um den Versprechen gerecht zu werden - denn selbst wenn das Image einen sehr wichtigen Faktor darstellt, ist es nicht gegen Angriffe gefeit.

Was hält mein Zahnarzt davon?

Kurz darauf war ich bei meinem Zahnarzt. Selbst wenn er sehr sympathisch ist, bleibt eine Zahnarztpraxis ein Ort, an dem ich mich nicht gern aufhalte. Eine seiner Hochfrequenzspindeln war gerade in Betrieb und erzeugte jenen Lärm, den kaum einer mag (ich auch nicht), und da mein Zahnarzt weiss, dass ich mich für Mikrotechnik begeistere, erklärte er mir, warum er genau diese Spindeln gewählt hatte (was ihn keineswegs davon abhielt, die Behandlung fortzuführen). Bei zwei Behandlungsräumen müssen immerhin zwölf Instrumente ausgewechselt werden, was also eine erhebliche Investition darstellt. Und genau an dieser Stelle ist dieser Absatz gerechtfertigt: Seine Aussage entsprach haargenau der des Maschinenherstellers und des französischen Wiederverkäufers, von denen weiter oben die Rede war. Er erklärte mir, dass er sich für die Lösung der hochwertigen Spindeln eines sehr angesehenen deutschen Fabrikanten entschieden hatte, weil diese mehr zu bieten haben.

Besseres Image, bessere Qualität

Er lobte die Vorteile der Spindeln - Ergonomie, Werkzeugwechsel, Qualität im Allgemeinen und Langlebigkeit - in den höchsten Tönen und erklärte mir in weiterer Folge, dass diese Maschinen zwar teurer sind als andere, aber langfristig nicht nur finanzielle Vorteile sondern auch viel Bedienungskomfort und Benutzerfreundlichkeit bieten.

Diese neue Eurotec-Nummer räumt auch diesmal den Themen Innovation und wertschöpfende Informationen den Vorrang ein.

Auch wir möchten Ihnen mehr bieten, und ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen.



Pierre-Yves Kohler
pykohler@eurotec-bi.com

PS: Zögern Sie nicht, uns Ihre Bedarfe und Anregungen mitzuteilen!



Image: safe value!

Early February I had the chance to visit a Swiss manufacturer of high-precision machines. The discovery of the workshops is very informative and we understand how and why delivered machines are of top quality. All steps of manufacturing and assembly are optimized by a major improvement and internal motivation programme and the result pays.

Average performance is no longer enough

Nowadays, to achieve success in the fierce competitive environment we face, to do as the others do is not enough. The company simply strives for excellence and does not compromise, neither on quality nor on anything else. The entire company is directed towards this common goal and the result is beyond expectations, despite the strong Swiss franc and competition offering very aggressive pricing policy.

To go ahead

Innovation in products and services generating values for customers is the recipe chosen by the manufacturer. A French dealer told me: "We have the best machines in the world to sell, they are expensive and sometimes it is difficult because competitors chase us, but the fact that we do not compromise works for us, customers buy finally because they know that, not only they are going to achieve the desired level of performance, but that it will last long". The effort made by the company to strengthen its brand and image is directly found in products... and it's to the benefits of customers.

Swiss Made? Quality Made!

In these days where the debate is raging in Switzerland on Swiss Made and the value of the label, the company has realised that the value of its brand is the best protection (it is now completely associated with Swiss Made, which still represents a must in many countries of the world). And it works to keep its promises. Image is very important; nevertheless it remains very fragile and can be tarnished very quickly.

What does my dentist think?

A little later I was busy suffering on the dentist chair and even if the guy is very sympathetic, this is not a place that delights me. One of his high-frequency spindles was turning with the famous noise that few people appreciate (neither do I) and as my practitioner knows microtechnology stimulates me he explained his choice of spindles (while continuing to proceed). For the two rooms, it is a dozen of these instruments to change, thus quite an investment. And it is here that this paragraph is justified: his speech was exactly the same as the above manufacturer of machines and its French reseller. He explained me that he chose the high end/high quality solution of a well-known and good image German manufacturer of spindles because they offer more.

More image, more quality

He "sold" me ergonomics, tools-change, overall quality and durability. Then he told me that even if they are more expensive, he will still be winning, not only financially on the long run, but also on user friendliness and pleasure to use.

This new edition of Eurotec again displays its lot of innovation and information generating image and value.

We also desire to offer you more and I wish you a good reading.



Pierre-Yves Kohler
pykohler@eurotec-bi.com

PS : Do not hesitate to contact us with your ideas and wishes



www.eurotec-online.com



www.facebook.com/pages/Eurotec-Magazine/285325191482274