



A l'écoute de ses clients...

C'est la base même de toute relation avec les clients et pourtant c'est toujours un point fort pour une entreprise que de placer le client au centre de ses préoccupations. De nombreux fournisseurs mettent en place des dispositifs plus ou moins formalisés pour vraiment écouter leurs clients et tenir compte de leurs souhaits. Parfois il est surprenant de voir où une telle stratégie peut être découverte. Rencontre avec M. Pierre-Yves Schmid, directeur du salon Lausannetec et fier papa d'un comité des exposants qui lui permet d'être en contact proche avec les besoins et les souhaits de ses exposants.

« Notre but est de proposer la meilleure plateforme de communication possible à nos exposants pour que leur participation à Lausannetec leur apporte toute satisfaction. Nous disposons du savoir-faire, des compétences, des moyens et de l'envie de bien faire, c'est le minimum. Mais nous souhaitons vraiment créer un nouveau salon sur mesure pour les industriels actifs dans la sous-traitance horlogère, médicale et des microtechniques. Organiser un salon professionnel est un travail de haute précision qui est le secret de fabrication du groupe MCH, numéro 1 dans les Foires et Salons en Suisse » nous dit M. Schmid en préambule. C'est donc une opportunité d'être partie prenante de la création et du développement d'une nouvelle offre sur le marché. Cette approche permettra-t-elle de développer un outil au positionnement différentiel clair ?

Un comité très impliqué

L'idée de base est de réunir deux exposants par domaine spécialisé du salon ainsi que des représentants du monde économique et politique. « Nous avons contacté directement certains exposants et ils ont été très positifs quant à notre démarche » nous dit M. Schmid. Ce comité d'une dizaine de membres s'est déjà réuni plusieurs fois avec l'objectif de partager des bonnes idées et expériences. M. Schmid ajoute : « Notre image n'est pas toujours totalement positive, certains nous voient comme le grand groupe bâlois qui veut venir imposer ses méthodes en Romandie. C'est loin d'être le cas. Certes le MCH group est basé à Bâle, mais nous voulons créer un salon sur mesure qui corresponde aux besoins de l'arc lémanique ». Les membres de ce comité n'ont pas d'obligations formelles de réunir des exposants, mais leurs positions dans l'industrie leur permettent de jouer ce rôle d'interface naturellement.

Une construction étape par étape

Le marché des expositions techniques en Suisse romande est en émoi et les clients malheureux de cette situation sont assez

nombreux. Questionné à ce sujet, M. Schmid essaie de calmer le jeu : « La situation actuelle ne plaît à personne, c'est évident. Les choses ne se sont pas passées comme prévu, dès lors nous avons tous dû nous adapter à ces évolutions. Nous travaillons tous à développer les possibilités de communication pour les entreprises de production microtechnique en Suisse romande ». Il est vrai que l'arrivée de cette nouvelle manifestation complique un peu la donne... mais elle démontre malgré tout que notre domaine microtechnique est plein de ressources. « Nous désirons mettre en place une alternative aux salons existants et nous procédons par étapes pour créer un outil qui correspond vraiment aux besoins des exposants et des potentiels (et des visiteurs bien entendu) » ajoute le directeur qui se dit désolé que certains exposants se sentent pris en otage par la situation.

Première étape : faire ses preuves en 2012

Comment M. Schmid se projette-t-il à quelques années ? « Nous avons des objectifs clairs, mais de nombreuses options sont possibles quant à la pérennité d'un ou de plusieurs salons professionnels dans notre domaine dans la région lémanique. Pour 2012 nous souhaitons mettre en place une plateforme professionnelle très efficace et nous comptons sur 150 exposants environ ». Peut-on envisager un rapprochement entre les salons et un partage des activités par exemple ? « Tout est imaginable, je pense que notre but à tous est de fournir la meilleure solution pour le marché. Encore une fois, la situation actuelle est due à des concours de circonstances et notre but est la satisfaction des exposants. Je ne peux pas en dire plus pour le futur aujourd'hui » ajoute M. Schmid.

Et le visiteur dans tout ça ?

Le directeur nous précise que Lausannetec pourra bénéficier du rayonnement de Baselworld pour communiquer de manière ciblée dans l'horlogerie. Mais quels sont les avantages pour les visiteurs à venir découvrir l'offre de Lausannetec ? « Grâce à un ciblage précis et grâce à notre réseau au sein de MCH Group nous sommes en mesure d'attirer à Lausannetec les acheteurs potentiels dont la branche de sous-traitance a besoin. De plus, nous leur offrons une plate-forme de réseautage et de formation exceptionnelle grâce à notre proximité avec la branche de l'horlogerie-joaillerie (Baselworld) que nous sommes les seuls à offrir ».

Une offre trop large ? Vraiment ?

Est-ce trop d'expositions pour les visiteurs potentiels ? Finalement il ne s'agit que de deux salons dans la même région... Dans le monde industriel la stratégie de disposer d'une double source d'approvisionnement est considérée comme un must (et même une obligation selon ISO TS). Du point de vue du visiteur, deux salons représentent donc

deux opportunités d'en apprendre plus. Pour les exposants, il est vrai qu'il s'agit d'une contrainte assez lourde tant au niveau logistique que financier, mais c'est également une palette d'opportunités de contacts supplémentaires. A toutes ces interrogations, M. Schmid répond : « C'est à nous de faire nos preuves et de montrer que notre place sur le marché répond à un besoin. Nous mettons tout en œuvre pour faire de la première édition de Lausannetec un succès ».

Message aux exposants

En conclusion nous avons demandé à M. Schmid ce qu'il souhaitait dire aux exposants potentiels qui hésitent encore : « Faites-nous confiance, nous sommes tous au sein du team Lausannetec des professionnels de la branche. Nous connaissons parfaitement le marché des expositions et celui de la sous-traitance. Nous pratiquons une politique tarifaire promotionnelle qui vous permet de participer avec un investissement réduit. De cette manière, vous avez la possibilité de faire partie de cette première édition et de voir quels services et quel retour sur investissement Lausannetec vous apporte ». Le directeur conclut : « Contrairement aux effets d'annonce, le marché n'a pas encore décidé pour choisir l'un ou l'autre des salons. Dès 2013, vous pourrez choisir votre plate-forme en connaissance de cause et en toute sérénité ».

Le message est lancé.

Lausannetec

- Dates : du 22 au 25 mai 2012
- Horaires : de 10h à 17h30
- Localisation : Palais de Beaulieu, Lausanne, Suisse

Kundenorientiertes Verhalten

Kundenorientiertes Verhalten ist die Grundlage aller Kundenbeziehungen, und doch ist es für ein Unternehmen stets ein Plus, wenn der Kunde als Schwerpunkt seiner Anliegen gilt. Zahlreiche Hersteller richten mehr oder weniger formalisierte Vorrichtungen ein, um ein wirklich kundenorientiertes Verhalten an den Tag zu legen und die Wünsche der Kunden berücksichtigen zu können. Es ist manchmal sehr erstaunlich, an welcher Stelle eine solche Strategie zum Vorschein kommt. Wir führten ein Gespräch mit Herrn Pierre-Yves Schmid, dem Direktor der Messe Lausannetec und stolzen Papa eines Ausstellerkomitees, das ihm ermöglicht, den Bedürfnissen und Wünschen seiner Aussteller stets gerecht zu werden.

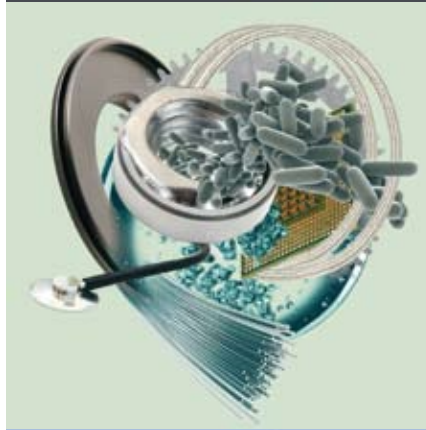
„Unser Ziel ist, unseren Ausstellern die bestmögliche Kommunikationsplattform zu bieten, damit ihre Teilnahme an der Lausannetec für sie in jeder Hinsicht zufriedenstellend ist. Wir verfügen über Know-how, Kompetenzen, Mittel und Lust, unsere Sache gut zu machen – das ist wohl das Mindeste! Aber wir sind wirklich bestrebt, eine neue massgeschneiderte Messe für Hersteller zu schaffen, die in der Zulieferindustrie für die Bereiche Uhrenindustrie, Medizin und Mikrotechnik arbeiten. Die Organisation einer Fachmesse erfordert Hochpräzisionsarbeit – und genau das ist die Stärke der MCH Group als führende Messeveranstalterin in der Schweiz.“ erklärte uns Herr Schmid gleich eingangs. Es ist somit zweckmässig, an der Schaffung und Entwicklung eines neuen Marktangebotes beteiligt zu sein. Aber ermöglicht dieser Ansatz, ein unmissverständliches Positionierungswerkzeug zu entwickeln?

Ein stark engagiertes Komitee

Die grundsätzliche Idee besteht darin, zwei Messeaussteller pro Fachbereich mit Vertretern des wirtschaftlichen und politischen Bereiches zusammenzuführen. „Wir haben mit bestimmten Ausstellern direkt Kontakt aufgenommen, und sie haben auf unsere Vorgehensweise sehr positiv reagiert“, erklärte uns Herr Schmid. Dieses aus etwa zehn Mitgliedern zusammengesetzte Komitee hat sich bereits mehrmals um einen Tisch gesetzt, mit dem Ziel, gute Ideen und Erfahrungen auszutauschen. Herr Schmid fügte hinzu: „Unser Image ist nicht immer durchwegs positiv, manche betrachten uns als die grosse Basler Gruppe, die ihre Methoden in der Romandie durchsetzen möchte. Davon sind wir aber weit entfernt. Die MCH Group hat gewiss ihren Sitz in Basel, aber wir möchten eine massgeschneiderte Messe schaffen, die den Bedarfen des Genfersee-Bogens entspricht.“ Die Mitglieder dieses Komitees sind nicht formell dazu verpflichtet, Aussteller zusammenzuführen, aber ihre jeweiligen Positionen innerhalb der Industrie ermöglichen ihnen, diese Rolle als Schnittstelle ganz selbstverständlich wahrzunehmen.

Der Aufbau erfolgt Schritt für Schritt

Der Markt der technischen Messen in der Romandie ist in Aufruhr, und es gibt viele Kunden, die über diese Situation unglücklich sind. Als Herr Schmid diesbezüglich zur Rede gestellt wurde, versuchte er, schlichtend einzugreifen: „Die aktuelle Lage ist niemandem angenehm, soviel steht fest. Es ist alles anders gekommen als geplant, somit mussten wir uns alle an die neuen Gegebenheiten anpassen. Wir arbeiten alle daran, die Kommunikationsmöglichkeiten für die Mikrotechnikunternehmen in der Romandie voranzutreiben.“ Es ist richtig, dass die Schaffung dieser neuen Veranstaltung die Gesamtlage etwas komplizierter gestaltet... aber diese Messe zeigt trotz Allem, dass unser Mikrotechnikbereich über sehr zahlreiche Ressourcen verfügt.



„Wir möchten eine Alternative zu den bestehenden Messen bieten und gehen Schritt für Schritt vor, um ein Werkzeug zu schaffen, das den Bedarfen der (potentiellen) Aussteller (und natürlich auch der Besucher), wirklich entspricht“, fügte der Direktor hinzu, der es im Übrigen bedauert, dass manche Aussteller den Eindruck haben, der aktuellen Situation ausgeliefert zu sein.

Erster Schritt : Es geht darum, dass wir unsere Kapazitäten 2012 unter Beweis stellen

Was hat Herr Schmid für die kommenden Jahre im Sinn? „Wir verfolgen klare Zielsetzungen, aber es gibt viele Optionen hinsichtlich des Fortbestandes einer oder mehrerer Fachmessen unseres Bereiches in der Genfersee-Region. Was 2012 anbelangt, so möchten wir eine höchst effiziente professionelle Plattform einrichten, und wir rechnen mit etwa 150 Ausstellern.“ Sind eine Annäherung zwischen den Fachmessen und beispielsweise gemeinsame Aktionen denkbar? „Alles ist möglich, und ich denke, dass

unser aller Ziel darin besteht, die für den Markt bestmögliche Lösung zu bieten. Ich wiederhole nochmals, dass die aktuelle Situation auf ein Zusammentreffen verschiedener Umstände zurückzuführen ist – unser Ziel ist die Ausstellerzufriedenheit. Ich bin heute allerdings nicht in der Lage, mehr über die Zukunft zu sagen“, fügte Herr Schmid hinzu.

Und wie sieht die Situation für den Messebesucher aus?

Der Direktor erklärte uns, dass die Lausannetec die Ausstrahlung der Baselworld nutzen könne, um eine gezielte Kommunikation im Bereich Uhrenindustrie zu gewährleisten. Aber welche Vorteile bietet die Lausannetec für die Besucher? „Dank einer genauen Zielmarktfestlegung und unseres Netzwerkes innerhalb der MCH Group sind wir in der Lage, die von der Zulieferindustrie benötigten potentiellen Käufer von einer Teilnahme an der Lausannetec zu überzeugen. Aufgrund unserer Nähe zur Uhrmacher- und Schmuckindustrie sind wir darüber hinaus als einzige in der Lage, ihnen eine ausgezeichnete Networking- und Ausbildungsplattform (Baselworld) zu bieten“.

Ist das Angebot wirklich zu breitgefächert?

Ist die Anzahl der Messen zu gross für die potentiellen Besucher? Im Endeffekt handelt es sich nur um zwei Messen in derselben Region... In der Industrie wird die Strategie, über eine zweite Beschaffungsquelle zu verfügen, als Muss (und gemäss ISO TS sogar als Verpflichtung) betrachtet. Vom Besucherstandpunkt bieten zwei Messen somit doppelt so viele Gelegenheiten, um mehr in Erfahrung zu bringen. Was die Aussteller betrifft, so ist es richtig, dass eine zweite Messe hinsichtlich Logistik und auch finanziell einen beträchtlichen Mehraufwand bedeutet, aber sie bietet dafür auch zusätzliche Kontaktmöglichkeiten. Auf alle diese Fragestellungen gab uns Herr Schmid folgende Antwort: „Es liegt an uns, unser Können unter Beweis zu stellen, und unser Platz auf dem Markt entspricht einem konkreten Bedarf. Wir setzen alle Hebel in Bewegung, um die erste Ausgabe der Lausannetec zu einem Erfolg zu machen.“

Botschaft an die Aussteller

Wir fragten Herrn Schmid abschliessend, was er den potentiellen Ausstellern, die noch zögern, mitteilen möchte: „Schenken Sie uns Ihr Vertrauen, alle Mitarbeiter des Lausannetec-Teams sind branchenkundige Fachleute, die sowohl den Messemarkt als auch die Zulieferindustrie sehr genau kennen. Wir bieten eine verkaufsfördernde Tarifpolitik, die Ihnen eine Teilnahme mit einer geringfügigen Investition ermöglicht. Damit haben Sie die Möglichkeit, bei dieser ersten Ausgabe dabei zu sein und selbst zu sehen, welche Dienstleistungen und welchen ROI die Lausannetec zu bieten hat.“ Der Direktor fügte abschliessend hinzu: „Im Gegensatz zu den Ankündigungseffekten

hat sich der Markt bisher noch für keine der Fachmessen für Mikrotechnik in der lemanischen Region entschieden. Ab 2013 können Sie Ihre Plattform in Kenntnis der Sachlage und in aller Ruhe wählen.

Möge diese Botschaft gut ankommen...

Lausannetec

- Datum: vom 22. bis 25. Mai 2012
- Öffnungszeiten: von 10 bis 17.30 Uhr
- Ort: Palais de Beaulieu, Lausanne, Schweiz



Listening to customers...

This is the basis of any relationship with customers and yet it is always an asset for a company to place the customer to the center of its concerns. Many suppliers set up more or less formalised procedures to really listen to their customers and take their wishes into account. Sometimes it is surprising to see where such a strategy can be discovered. Meeting with Mr. Pierre-Yves Schmid, director of Lausannetec and proud father of an exhibitors' committee allowing him to be in close touch with the needs and wishes of its exhibitors.

"Our goal is to offer the best possible communication platform to our exhibitors to make their participation in Lausannetec successful and satisfactory. We have the know-how, the skills, the means and the desire to do well, it is the minimum. But we really want to create a new trade show finely tuned to companies active in microtechnology, watch making and medical subcontracting. To organize a trade show requires a high precision work and this is the secret of the MCH group, number 1 in fairs and trade shows in Switzerland." says Mr. Schmid in pre-ambule. It is therefore an opportunity to be part of the creation and the development of a new offer on the market to participate. Will this approach allow the organisers to develop a tool with a clear differential positioning?

A very involved Committee

The basic idea is to bring together two exhibitors by specialized field present on the show as well as representatives of the economic and political worlds. *"We contacted some exhibitors directly and they were very positive to our approach"* says Mr. Schmid. This Committee of a dozen members already met several times with the objective of sharing good ideas and experiences. Mr. Schmid adds: *"Our image is not always completely positive; some see us as the big group from Basel that wants to come and*

impose its methods in French speaking Switzerland. It is not the case. Certainly the MCH group is based in Basel, but we want to create a customised show that matches the needs of the Lake Geneva region". The members of this committee do not have any formal duty to reunite exhibitors, but their positions in the industry enable them to play this role of interface naturally.

A step-by-step construction

The market of technical exhibitions in French-speaking Switzerland lives though times and unhappy clients of this situation are quite numerous. Questioned on this subject, Mr. Schmid tries to calm the scene: *"The current situation doesn't please anyone, it is obvious. Things have moved unexpectedly and we all have to cope with these developments. We all work to develop the possibilities of communication for businesses in microtechnology in French-speaking Switzerland".* It is true that the arrival of this new event complicates slightly the landscape... nevertheless it shows that our microtechnology area is full of resources. *"We want to implement an alternative to the existing trade shows and we proceed step by step to create a tool that really matches the needs of exhibitors and potential exhibitors (and visitors of course)"* adds the director who feel sorry that some exhibitors feel like being taken hostage by the situation.



First step: prove its capacities in 2012

How does Mr. Schmid see the future in a few years? *"We have clear objectives, but many options are possible on the sustainability of one or several trade shows in our area in the Lake Geneva region. For 2012 we wish to implement a highly effective professional platform and we count on approximately 150 exhibitors".* Can we consider reconciliation between the different shows and sharing of activities for example? *"Everything is imaginable; I think the goal of everyone is to provide the best solution for the market. Again, the current situation*

is due to circumstances and our goal is the satisfaction of our exhibitors. I cannot say more about the future today" adds Mr. Schmid.

What about visitors?

The Director tells us that Lausannetec will benefit from the power of Baselworld to communicate targeted in watchmaking. But what are the benefits for visitors to discover the offer of Lausannetec? *"Thanks to a precise targeting and our network with MCH Group we are able to attract the potential buyers needed by the subcontracting industry to Lausannetec. In addition, we offer them an outstanding platform for networking and training due to the proximity to the watchmaking and jewellery fields (Baselworld) that we are the only ones to offer".*

A too broad offer? Really?

Are there really too many exhibitions for potential visitors? Finally it is only two shows in the same area. In the industrial world the strategy to rely on a double source of supply is considered as a must (and even a duty according to ISO TS). From visitors' point of view two shows offer therefore two opportunities to learn more. For exhibitors, it is true that it is fairly heavy, both in terms of logistics and financial constraint, but it is also a range of opportunities for additional contacts. To all these questions, Mr. Schmid responds: *"It's up to us to demonstrate that our place on the market meets a need. We work hard to make the first edition of Lausannetec a success".*

Message to the exhibitors

In conclusion we asked Mr. Schmid what he wished to say to potential exhibitors who are still hesitant: *"You can trust us; the Lausannetec team is composed by professionals of the branch. We perfectly know the markets of exhibitions and of subcontracting. We offer a promotional tariff policy that allows you to participate with a reduced investment. In this way, you have the opportunity to be part of this first edition and see what services and what return on investment Lausannetec brings you".* The director concludes: *"Unlike some advertisement effects, the market has not yet decided to choose one or the other of the microtechnology trade shows held in the Geneva lake region. From 2013, you will be able to choose your platform with full knowledge and serenity".*

The message is sent.

Lausannetec

- Dates: May 22 to 25, 2012
- Schedule: from 10h to 17h30
- Location: Palais de Beaulieu, Lausanne, Switzerland

www.lausannetec.com
info@lausannetec.com