



FRANÇAIS

Déstructurer l'information pour mieux cibler sa diffusion

Si la majorité des produits bénéficient d'un soutien important en communication dans leur phase de commercialisation, ils sont en revanche peu suivis une fois en mains de leurs acquéreurs. La société RédaTech entend bien y remédier en apportant une communication post-vente de qualité qui réponde de manière précise aux attentes des utilisateurs.

Partant du principe que la documentation technique d'un produit et le service après-vente contribuent grandement à l'image d'une entreprise, Yvon Cosandier, directeur de RédaTech vise à sensibiliser les fabricants aux besoins d'une communication efficace tout au long de la vie du produit. Pour cela, il n'hésite pas à anticiper la disparition du mode d'emploi traditionnel au profit de la notion plus moderne de diffusion de l'information technique. Ce changement de terminologie est-il simplement destiné à dépoussiérer les notices techniques souvent ardues ou caché-il au contraire un concept apportant une réelle valeur ajoutée ?

S'adapter à de nouveaux modèles de fabrication

La philosophie d'Industrie 4.0 est en train de bousculer de manière irréversible les standards de production habituels. La mise en commun de machines sans obligation de les réunir physiquement en un seul endroit, par exemple, amène un mode de fabrication déstructuré. Autre exemple avec l'interconnectivité des moyens de production qui leur permet de prévoir leurs propres cycles de maintenance en fonction des tâches à accomplir. Un « réseau social » de la maintenance a d'ailleurs vu le jour en France en 2015. Initialement prévu sous la forme d'un simple outil de gestion de maintenance mobile, ce projet est rapidement devenu communautaire permettant l'échange d'informations, d'expériences et de solutions. Pendant ce temps la documentation technique n'a quant à elle guère évolué et n'est, de fait, plus totalement adaptée à ces nouveaux modèles.

C'est dans ce contexte qu'est née chez RédaTech l'idée d'une information déstructurée. Yvon Cosandier nous en résume les grandes lignes : « Il faut amener la bonne information à la bonne personne, au bon moment et dans le bon contexte ». Et d'ajouter : « L'utilisateur n'a pas forcément besoin de toute l'information. Il doit pouvoir choisir les renseignements qui lui sont réellement utiles ».

Produire de l'information est une bonne chose, savoir la transmettre en est une meilleure

Spécialiste de la communication produit, RédaTech va naturellement continuer à offrir les prestations qui l'ont fait connaître mais explore d'ores et déjà d'autres pistes en parallèle. Yvon Cosandier nous en dévoile quelques éléments : « L'époque du mode d'emploi « prétexte » que l'on ne fait que pour répondre aux obligations normatives ou pour dire qu'il est à disposition, est révolue. Nous devons profiter de cette base existante pour aller plus loin et travailler sur des vecteurs différents qui s'appellent adaptation, organisation et transmission de l'information. Notre objectif est d'améliorer l'accès à l'information et pour cela, il faut l'amener de manière ciblée et efficace vers son utilisateur ».

Comment faire ?

Une des solutions imaginées par RédaTech s'apparente à une plateforme collaborative où tout un chacun, du concepteur du produit au client final en passant par les techniciens du service après-vente, est invité à participer. L'information ainsi véhiculée devient vivante puisqu'elle évolue en fonction des retours des utilisateurs. Cette remontée d'informations est aujourd'hui de plus en plus importante et peut sans aucun doute contribuer au perfectionnement du service après-vente par l'amélioration des documents techniques. Ce canal de communication multidirectionnel pourrait très bien être appelé à devenir par la suite un forum d'échanges, forum au sein duquel le fabricant tiendrait évidemment le rôle de modérateur. RédaTech reste, pour sa part, un partenaire privilégié en charge de la mise à jour régulière des informations en y incluant les commentaires validés par le fabricant.

Un projet d'entreprise

En 27 ans d'activité, RédaTech a été amenée à collaborer principalement avec les bureaux techniques des entreprises pour ...

l'élaboration des diverses documentations. Cette démarche avait et a encore parfois vocation à soulager les départements internes dont les tâches principales sont ailleurs et à professionnaliser la conception de la documentation technique. À l'avenir, cette dernière ne sera plus seulement cela mais un réel projet d'entreprise dans le cadre de la communication au sens large. Les services de vente, marketing, technique et après-vente devront collaborer pour offrir aux clients finaux une information technique cohérente tout au long de sa relation avec le fabricant. Le meilleur client potentiel est un client actuel satisfait de son produit et de sa relation avec son fabricant.

Vision à long terme et diversification

Tout en mettant ce nouveau concept en place, l'équipe de RédaTech pense déjà plus loin. Les réflexions menées actuellement semblent en effet vouloir élargir le cadre de la communication post-vente en incluant, dans les prestations de la société, des propositions touchant au design et à l'ergonomie des machines, par exemple. « *Notre longue habitude des processus techniques que nous décrivons permet parfois de relever de petits défauts de conception sur certains produits, mais malheureusement trop tard. En participant d'un peu plus près à la conception, nous pourrions les éviter* », conclut Yvon Cosandier.

DEUTSCH

Neue Kommunikationsstrukturierung für eine gezielte Informationsübermittlung

Während der Vertriebsphase wird den meisten Produkten eine massive Unterstützung durch Kommunikationsexperten zuteil – sobald die Produkte aber in den Händen der Käufer sind, werden sie in der Regel ihrem Schicksal überlassen. Die Firma RédaTech ist bestrebt, Abhilfe zu schaffen, indem sie eine hochwertige Kommunikationsstrategie nach der Verkaufsphase anbietet, die den Erwartungen der Benutzer weitgehend entspricht.

Der Geschäftsleiter von RédaTech, Yvon Cosandier, geht davon aus, dass sowohl die technischen Unterlagen eines Produkts als auch der Kundenservice in hohem Maße zum guten Image eines Unternehmens beitragen. Aus diesem Grund möchte er den Herstellern klar machen, dass Bedarf an einer effizienten Kommunikation während der gesamten Lebensdauer eines Produkts besteht. Seine Strategie besteht darin, dem Verschwinden der bislang üblichen Bedienungsanleitungen vorzugreifen und eine wesentlich modernere Verbreitungsweise der technischen Informationen voranzutreiben. Handelt es sich hier lediglich um das Aufkommen eines neuen Konzepts, um frischen Wind in die klassischen Benutzerhandbücher zu bringen, oder vielmehr um eine Wertschöpfung mit großen Zukunftschancen?

Anpassung an die neuen Produktionsmodelle

Die Philosophie von Industrie 4.0 ist im Begriff, die bislang üblichen Produktionsstandards unwiderruflich auf den Kopf zu stellen. So zum Beispiel führt die gemeinsame Nutzung von Maschinen, ohne dass diese an ein und demselben Ort aufgestellt sein müssen, zu einer Umgestaltung des Herstellungsprozesses. Als weiteres Beispiel sei die Interkonnektivität der Produktionsmittel genannt: Damit haben die Hersteller die Möglichkeit, ihre Wartungszyklen nach eigenem Bedarf einzuplanen, um die Produktionsabläufe nicht zu stören. In diesem Zusammenhang sei erwähnt, dass 2015 in Frankreich ein « Soziales Netzwerk » im Wartungsbereich gegründet wurde. Dieses Projekt war ursprünglich als einfaches mobiles Wartungsmanagement-Tool vorgesehen, entwickelte sich




EXPLOITEZ NOTRE POTENTIEL

Machines CNC | Processus de fabrication | Automatisation



KERN Microtechnik

- Centres de haute précision
- Sous-traitance

Faites confiance à notre savoir-faire en matière de processus d'usinage. Chez KERN Microtechnik, nous avons une base solide pour relever vos défis!



KERN Microtechnik GmbH | www.kern-microtechnik.com

Tel.: +49 8824 9101-283 / +33 620 56 67 81

aber rasch zu einer gemeinschaftlichen Einrichtung, die den Austausch von Informationen, Erfahrungen und Lösungen ermöglicht. Währenddessen hat sich der Bereich der technischen Dokumentation in keiner Weise weiterentwickelt und ist somit den Anforderungen dieser neuen Modelle nicht mehr richtig gewachsen.

Aufgrund dieser neuen Sachlage kam RédaTech auf die Idee, die Kommunikation völlig neu zu gestalten. Yvon Cosandier fasste die wichtigsten Punkte für uns zusammen: *«Die richtige Information an die richtige Person zum richtigen Zeitpunkt und im richtigen Kontext übermitteln – das ist es, worauf es ankommt!»* Er fügt hinzu: *«Der Benutzer hat nicht unbedingt Bedarf am gesamten Informationsmaterial. Er soll also die Möglichkeit haben, die für ihn relevanten Informationen zu wählen.»*

Es ist wichtig, Informationen zu erstellen, aber wesentlich ist deren Übermittlung

In seiner Eigenschaft als Spezialist der Produktkommunikation wird RédaTech selbstverständlich weiterhin Dienstleistungen anbieten, die sich bislang gut bewährt haben – dennoch wird gleichzeitig nach neuen Wegen gesucht. Yvon Cosandier gab uns diesbezüglich ein paar Hinweise: *«Bedienungsanleitungen werden oft nur erstellt, um irgendwelchen Normen zu entsprechen, oder um sagen zu können, dass sie verfügbar sind – diese Zeiten sind endgültig vorbei. Wir müssen die bestehenden Grundlagen nutzen, um unser Geschäft weiterzuentwickeln, und die verschiedenen Vektoren – Anpassung, Organisation und Informationsübermittlung – berücksichtigen. Unser Ziel ist, den Informationszugang zu verbessern, und dazu müssen wir die Informationen gezielt und effizient an die jeweiligen Benutzer weiterleiten.»*

Wie stellt man das an?

Eine der von RédaTech vorgeschlagenen Lösungen wäre die Schaffung einer Art Kooperationsplattform, an der die Beteiligung von allen – vom Produktdesigner über Kundentechniker bis hin zum Endkunden – erwünscht ist. Damit wird die Information lebendig, da sie sich dank ständigem Benutzer-Feedback laufend weiterentwickelt. Dem Feedback kommt heute immer größere Bedeutung zu – es trägt zweifellos dazu bei, dass der Kundendienst dank Verbesserung der technischen Unterlagen den Benutzeranforderungen wesentlich besser gerecht wird. Es ist durchaus möglich, dass dieser multidirektionale Kommunikationskanal sich in weiterer Folge zu einem Austauschforum weiterentwickelt, in dem der Hersteller selbstverständlich die Rolle des Moderators innehatte. RédaTech übernimmt in diesem Gefüge die Rolle des kompetenten Partners, der für die regelmäßige Aktualisierung der Informationen verantwortlich zeichnet und die vom Hersteller validierten Kommentare jeweils berücksichtigt.

Ein Unternehmensprojekt

Während ihres 27-jährigen Bestehens arbeitete die Firma RédaTech hauptsächlich mit technischen Büros von Unternehmen zusammen, um die verschiedenen Unterlagen zu erstellen. Diese Vorgehensweise war und ist auch heute noch oft dazu bestimmt, einerseits den internen Unternehmensabteilungen eine Arbeit abzunehmen, die zusätzlich zu ihrer Haupttätigkeit verrichtet werden muss, und andererseits das Konzept der technischen Unterlagen professionell zu gestalten. Zukünftig sollen die technischen Unterlagen zum festen Bestandteil der Unternehmenskommunikation im weitesten Sinn und somit zu einem richtigen Unterneh-

mensprojekt werden. Die Abteilungen Verkauf, Marketing, Technik und Kundendienst müssen am Projekt mitarbeiten, um den Endkunden kohärente technische Informationen bieten zu können. Diese Informationen sollen während der gesamten Geschäftsbeziehung mit dem Hersteller gepflegt werden. Ein bestehender Kunde, der mit seinem Produkt und der Beziehung mit dem Hersteller zufrieden ist, kommt gern wieder.

Langfristige Perspektive und Diversifizierung

Während das RédaTech-Team an der Einrichtung des neuen Produktkonzepts arbeitet, werden bereits die nächsten Schritte ins Auge gefasst. Derzeit wird überlegt, über die Kommunikation nach dem Verkauf hinaus weitere Dienstleistungen bezüglich Maschinendesign und -ergonomie usw. anzubieten. *«Wir erstellen seit vielen Jahren Beschreibungen von technischen Prozessen – dank unserer langjährigen Erfahrung sind wir manchmal in der Lage, bei den Produkten kleine Konzeptfehler zu erkennen, aber in dieser Phase ist es bereits zu spät. Wenn wir die Möglichkeit haben, am Konzept mitzuarbeiten, könnte so mancher Fehler vermieden werden»*, schloss Yvon Cosandier. ...

ELEFIL ELECTRO-EROSION PAR FIL

- Médical
- Horlogerie
- Micro perçage
- Micro mécanique
- Recherche
- Aéronautique
- Spatial
- Métrologie

ELEFIL est fière de participer à la mission spatiale ROYER MARS 2020

www.elefil.com

504 route de Bidaille
74930 Scientrier - FRANCE
Tel: +33 450 25 58 51

ENGLISH

Deconstructed information for more targeted dissemination

While communications support for most products is strong during the marketing phase, once they are in the hands of the buyer follow-up is scanty. RédaTech is setting out to remedy this by providing quality post-sales communications that meet user expectations.

Working on the assumption that a product's technical documentation and customer service make an important contribution to building a business' image, RédaTech director Yvon Cosandier aims to raise manufacturers' awareness of the need to communicate effectively throughout the life cycle of a product. And in doing so, he does not hesitate to anticipate the disappearance of traditional instruction manuals in favour of a more modern concept for the dissemination of technical information. Is this change in terminology simply a way of dusting down often laborious-to-read technical manuals, or does it indeed conceal a concept that offers genuine added value?

Adjusting to new manufacturing models

The philosophy of digitalisation is irreversibly changing traditional production standards. Pooling machine resources without having to bring them together physically on one spot, for example, is giving rise to a 'destructured' mode of manufacturing. Another example of the interconnectivity between means of production is that it enables them to plan their own maintenance cycles depending on the tasks in hand. In fact, a maintenance 'social network' was created in France in 2015. Planned initially as a simple mobile maintenance management tool, the project rapidly grew into a community network where users could share information, experiences and solutions. Over the same period, technical documentation scarcely evolved. Consequently, it is no longer ideally suited to these new models.

It was against this backdrop that RédaTech developed the idea of 'destructured' information. Yvon Cosandier explains the broad outlines: *"It's about getting the right information to the right person at the right time and in the right context"*. And: *"Users don't necessarily need all the information. They have to be able to choose the information that is really useful to them."*

Producing information is good; knowing how to pass it on is even better

A specialist in product communications, RédaTech will of course continue to offer the services that made its name, but is already simultaneously exploring other paths. Yvon Cosandier unveils some of these: *"The era of pretended instruction manuals produced solely to meet standard requirements or to be able to say that one was available, is dead and gone. We have to take advantage of this existing basis to go further and work on a variety of vectors – which are adaptation, transformation and transmission of information. Our objective is to improve access to information and to do that, we have to bring it to the user in an effective, targeted way"*.

How?

One of the solutions dreamed up by RédaTech is similar to a collaborative platform in which everybody, from the product designer

to the customer service technicians right through to the end customer, is invited to take part. The information shared in this way takes on a life of its own as it evolves with user feedback. Today, customer feedback is increasingly important and will certainly help to advance customer service by improving the technical documents. This kind of multidirectional communications channel could very well subsequently develop into a forum in which the manufacturer would, of course, play the role of moderator. As for RédaTech, it would retain its role of partner of choice, in charge of regularly updating the information by including the comments validated by the manufacturer.

A business project

During its 27 years of business activity, RédaTech has worked primarily with companies' technical departments, drawing up all kinds of documentation. The purpose of this activity was, and still is on occasions, to relieve the burden on in-house departments whose core business lies elsewhere, and to produce more professional technical documentation. In future, this documentation will no longer be simply documentation, but a genuine business project forming part of a broader communications framework. Sales, marketing, technical and customer service departments have to work together to offer the end customer consistent technical information from start to finish of the customer's relationship with the manufacturer. The best potential customers are today's customers who are satisfied with the products and their relationship with the manufacturer.

Long-term vision and diversification

At the same time as it is setting up this new concept, the team at RédaTech is already thinking ahead. The ideas tabled so far are effectively aimed at broadening the scope of the company's services over and beyond post-sales communications, to include, for example, suggestions regarding the design and ergonomics of the machines. *"Our long experience with the technical processes we describe enables us, sometimes, to pick out minor design faults in certain products – but too late, unfortunately. By taking a closer part in the design, we could prevent them,"* concludes Yvon Cosandier.

EPHJ-EPMT-SMT 2017, Genève, Stand C47

RÉDATECH SA

Rue Fritz-Courvoisier 40
CH-2300 La Chaux-de-Fonds
T. +41 (0)32 967 88 70
www.redatech.ch