

Più valore per il cliente



Walter Henke,
responsabile della divisione Automation di Bosch Rexroth.

È l'obiettivo che Bosch Rexroth persegue con la creazione della nuova divisione Automation che, grazie a un portafoglio prodotti che comprende quello della divisione pneumatica e della tecnica lineare e del montaggio e una nuova organizzazione commerciale, può approcciare il mercato in modo più ampio, efficace e completo per il cliente.

Parola di Walter Henke

Senza grande clamore, perché il momento economico lo sconsiglia, con la giusta cautela, trattandosi di un'operazione working in progress, ma con valide motivazioni e seri obiettivi, Bosch Rexroth annuncia la creazione della nuova divisione Automation.

A guidarla è stato chiamato Walter Henke, già responsabile della divisione tecnica lineare, il quale ha scelto Progettare per la presentazione ufficiale di questa nuova realtà e per illustrarne le caratteristiche, i plus e i primi risultati.

Progettare: Ingegnere Henke, prima di tutto congratulazioni per questo nuovo incarico in Italia, un mercato che lei conosce bene.

Henke: Effettivamente, nonostante il nome straniero, io sono nato e

vivo in Italia, a parte un intervallo di una decina di anni che ho trascorso a Vienna dove ho frequentato l'università, mi sono laureato in ingegneria meccanica e ho prestato il servizio militare.

Nel 1989 sono entrato in Bosch prima come funzionario tecnico-commerciale e poi come responsabile nell'ambito delle tecniche di montaggio.

Della divisione Tecnica dell'Automazione Bosch, costituita per raggruppare le tecniche di montaggio, la pneumatica e l'idraulica, sono diventato responsabile marketing e quindi responsabile vendite. Ho poi assunto la responsabilità della divisione Tecnica Lineare e Tecnica di Montaggio Bosch Rexroth e dal 12 novembre 2008 della nuova divisione Automation.



Un esempio applicativo
di tutte le tecnologie.

Progettare: Di che cosa si tratta?

Henke: È la logica conclusione alla quale hanno portato una serie di scelte strategiche adottate dal 2001 a oggi, finalizzate a rendere la presenza sul mercato di Bosch Rexroth più efficace per le potenzialità del gruppo e più efficiente e funzionale alle esigenze del cliente.

Ricordiamo qualche momento significativo.

È proprio nel 2001, al culmine di una massiccia campagna acquisizioni, che è stato coniato lo slogan “The Drive & Control Company”, per sottolineare la completezza dell’offerta, unica nel panorama internazionale, che veniva coniugata sul campo in diverse divisioni ognuna con una propria organizzazione commerciale che operava sul cliente in modo autonomo e concorrenziale sia rispetto alle altre divisioni che ai concorrenti diretti. Successivamente e solo in alcuni casi si sono adottate politiche diverse, sia di vendita come il “cross selling” o di prodotto come gli assi motorizzati. Nel 2007 è stato dato il via al progetto “automation” con la creazione di un gruppo di lavoro “misto”, con responsabili delle divisioni pneumatica e tecnica lineare, propedeutico alla decisione, che è stata ufficializzata appunto il 12 novembre dello scorso anno, di dare vita alla divisione Automation, integrazione della divisione Pneumatica e della divisione Tecnica Lineare e di Montaggio.

Progettare: Nello specifico come e in cosa si caratterizza la divisione Automation?

Henke: Prima di tutto essere più importante in fatto di numeri rappresentando l’unione delle due divisioni. I collaboratori sono infatti 120,

dei quali 45 sono sales engineers e 15 i product manager e application engineers, per un totale di oltre 100 famiglie di prodotto. La struttura organizzativa, pensata in funzione delle logiche di mercato, prevede inoltre quattro reparti: il Sales Management, il Branch Management, il Product Management e, infine, l’Application Management.

Progettare: Ingegnere Henke ci spiega l’operatività di questa organizzazione?

Henke: C’è un sales manager con il compito di gestire e coordinare le attività di vendita nei 5 centri regionali, Milano, Torino, Padova, Bologna e Napoli, attraverso gli area manager e i funzionari di vendita, nonché una rete di distributori contrattuali. Nel branch management sono stati raggruppati cinque settori considerati strategici: food & beverage, printing & paper, machine tools & wood, automotive, assembly & handling, con previsione di integrare pure un nuovo settore riguardante l’energia alternative, in particolare il solare e fotovoltaico. Ognuno di questi settori ha un responsabile che coordina le attività dei venditori e tiene monitorato l’andamento specifico del mercato di riferimento anche attraverso una rete di informazioni internazionali. Le motivazioni alla base dell’organizzazione per settori sono quelle di realizzare strategie a supporto di specifiche esigenze dei nostri clienti, sviluppare competenze e prodotti ad hoc, proporre sistemi e/o soluzioni complete.

In particolare i key account sales operano su clienti di riferimento di un settore, con proposte di co-engineering finalizzate al miglioramento delle relazioni con il cliente a tutti i livelli. Il product management comprende cinque famiglie di prodotto: componenti meccanici, componenti pneumatici, componenti elettronici, sistemi lineari e sistemi di assemblaggio, ognuna con un suo responsabile.

Infine all’application management compete la gestione e il coordinamento di tutte le attività relative ai progetti, l’interfaccia con partner e integratori esterni e la responsabilità dell’engineering con rispettiva documentazione e certificazione. Per individuare maggiori opportunità di business gli ingegneri possono agire attraverso la modifica di com-