



di Antonella Pellegrini

# Obiettivo?

## Crescere ancora

*Mitutoyo Italiana ha celebrato lo scorso anno 25 anni di attività. L'azienda ha intrapreso una serie di iniziative per proseguire il proprio processo di espansione, nonostante il difficile momento dei mercati. Qualità, accuratezza e precisione dei propri sistemi di misura, ma anche vicinanza al cliente e assistenza tecnica di alto livello sono le chiavi del successo. Ne parliamo con Yutaka Suga, amministratore delegato, e Paolo Patuzzo, direttore vendite dirette*



È stato un anno ricco di novità il 2012 per Mitutoyo Italiana, che ha festeggiato venticinque anni di attività. Un momento di festa da condividere con i dipendenti, ma anche con i clienti che in tutti questi anni hanno riposto la loro fiducia nella Casa giapponese e acquistato prodotti di qualità per le loro misurazioni. Grande la soddisfazione anche per Yutaka Suga, amministratore delegato di Mitutoyo Italia, nominato ai vertici della filiale italiana dopo una lunga esperienza in Casa madre nel ruolo di vice-general manager delle vendite all'estero, dove aveva la responsabilità di tutto il programma di esportazioni. Yutaka Suga è approdato in Italia in un periodo



*Micrometro MDH e calibro della serie Absolute Digimatic.*

di congiuntura difficile, e per superare le difficoltà del momento ha messo a punto una strategia ben precisa, proprio per non arrestare la crescita dell'azienda.

"Il mio obiettivo? Aumentare i nostri fatturati", dice senza esitazioni il managing director. E per meglio conoscere il mercato italiano non si è proprio risparmiato, tanto che in un solo anno ha visitato quasi tutti i dealer sparsi nel nostro territorio. "Circa un centinaio di distributori - aggiunge - praticamente quasi otto a settimana. Un 'tour' faticoso, ma che mi ha procurato immensa soddisfazione e mi ha permesso di consolidare e rafforzare i rapporti con la nostra rete distributiva".

**La crisi non è qui.** La sede italiana di Mitutoyo è a Lainate, vicino a Milano, dove sono impiegate una sessantina di persone: personale esperto e competente, che con impegno e passione si dedica alla vendita e assistenza tecnica dei prodotti Mitutoyo, strumenti studiati e sviluppati nei centri di ricerca nel mondo per misurare, tarare, perfezionare la qualità della produzione e renderla più competitiva.

Ci racconta come è strutturata la filiale italiana Paolo Patuzzo, direttore vendite dirette: "I canali

di vendita di Mitutoyo sono due: diretta e indiretta. Quella diretta ha in qualche modo risentito del momento difficile che sta vivendo il mercato italiano. I nostri end-user - dice Paolo Patuzzo - acquistano strumenti importanti, di grandi dimensioni, che richiedono un investimento notevole. E tutti noi ben conosciamo i problemi che incontrano le aziende italiane che vogliono investire, a partire dalle difficoltà ad accedere al credito. Per non parlare del clima generale di sfiducia che si percepisce e che non aiuta coloro i quali devono decidere di effettuare gli acquisti. Per questo stiamo valutando una strategia adeguata che ci permetterà di superare questo momento".

Difficoltà, queste, che non hanno impedito all'azienda di proseguire nel proprio percorso di crescita.

"Dopo un ottimo 2011 - riprende l'amministratore delegato - anche il 2012 è stato ricco di soddisfazioni e abbiamo registrato una crescita del 10%. Negli ultimi mesi dell'anno, però, abbiamo accusato un certo rallentamento degli ordini. Per questo motivo, sono state prese le dovute contromisure per incentivare le vendite". La prima mossa è stata proprio quella di visitare il maggior numero possibile di rivenditori. "Lo scorso anno - prosegue Yutaka Suga - appena arrivato in Italia, ho deciso



Macchine di misura Mitutoyo.

di conoscere personalmente i nostri rivenditori. Ho girato il territorio italiano in modo capillare, un'esperienza che mi ha arricchito sotto tutti i profili, personale e professionale. Ai nostri dealer ho potuto innanzi tutto annunciare personalmente il recente cambio di management, ma è stato anche proficuo per manifestare e confermare la nostra assoluta vicinanza e infondere fiducia”.

**Non solo vendita.** Mitutoyo è nota per la qualità degli strumenti e per l'ampia gamma disponibile che le permette di presentarsi al cliente quale referente unico.

“La nostra forza - prosegue Paolo Patuzzo - è di avere alle spalle un grande Gruppo giapponese, in grado di sviluppare e produrre prodotti di altissima qualità e precisione. Possiamo vantarci dei forti investimenti in ricerca e sviluppo, oltre il 10% del fatturato, che si traducono in un catalogo di circa 5.000 prodotti, dal più semplice accessorio allo strumento di misurazione più sofisticato, per controlli mono-bi-tridimensionali, analisi di forme, rugosità, circolarità, spessore, durezza. Siamo soddisfatti dei risultati sinora raggiunti, praticamente in tutti i settori. Ma vogliamo spingere ancor più il settore automotive, che secondo le nostre valutazioni presenta maggiori possibilità di crescita”. Un ambito che non ha mai risentito della crisi è invece quello della manutenzione e del servizio post-vendita. “A questi strumenti di grandi dimensioni - dice Patuzzo - possiamo garantire un servizio di alto livello post vendita e contratti di manutenzione estremamente favorevoli, che permettono di allungare il tempo di vita dello strumento, preservando nel tempo l'investimento. Nonostante la crisi, in questi mesi siamo andati contro tendenza e

abbiamo registrato un incremento nella sottoscrizione dei nostri contratti di manutenzione. Questo mostra la validità del nostro modo di operare, che le aziende clienti sembrano apprezzare”.

**Il valore delle persone.** Condizione essenziale per offrire un buon servizio è avere alle proprie dipendenze personale altamente specializzato. Mitutoyo punta molto sulla soddisfazione dei propri dipendenti: “ Sono il più grande patrimonio di un'azienda - afferma Yutaka Suga -. Per questo motivo, vogliamo valorizzare sempre più la professionalità e le competenze delle nostre risorse umane, e allo stesso tempo provvedere al continuo miglioramento delle loro condizioni di lavoro”.

È possibile valutare personalmente la professionalità dei tecnici Mitutoyo ed entrare in contatto con un team di esperti presso lo show-room di Lainate: “Oltre agli incontri di carattere tecnico e alle dimostrazioni - dice Paolo Patuzzo - i clienti possono seguire i nostri corsi di formazione organizzati periodicamente. È fondamentale ottenere dai nostri prodotti le prestazioni più soddisfacenti”. Altri due Centri Tecnologici, invece, sono stati aperti a Torino e Verona, dove i clienti del Nord Italia possono avvicinarsi alla professionalità e alle macchine di alta tecnologia esposte, e uno a Chieti, per clienti e utilizzatori del centro-sud Italia. “Vogliamo essere sempre vicini ai nostri clienti - conclude Patuzzo -. Le aziende italiane, magari quelle più piccole, devono avere la possibilità di avvicinarsi alla nostra tecnologia, seguire corsi di formazione per ottenere dai nostri sistemi di misura il massimo. Questa è una testimonianza di quanto vogliamo essere vicini ai nostri utenti”.