

Hainbuch Italia S.r.l. | www.hainbuch.it | Davide Ghizzardi, Responsabile filiale HAINBUCH Italia

Vicinanza, dialogo e competenza: ecco come guadagnare stima e fiducia dei clienti

HAINBUCH Italia ha fatto della vicinanza al cliente il cuore della sua strategia, unendo l’innovazione digitale alla competenza tecnica per costruire relazioni basate su fiducia e stima reciproca. Dalla condivisione di file STEP e documentazione tecnica sul sito aziendale alla piattaforma 3D FindIt, fino ai contenuti multimediali e alle interazioni su LinkedIn, l’azienda offre soluzioni che combinano autonomia e supporto personalizzato. Tuttavia, la vera chiave del successo resta il lavoro degli Area Manager, tecnici esperti che dialogano con i clienti per comprendere e soddisfare ogni esigenza, anche attraverso soluzioni personalizzate

Oltre settant’anni di innovazione continua



Davide Ghizzardi
Responsabile filiale HAINBUCH Italia

Con le sue 11 filiali nel mondo e i quasi 900 dipendenti, dal 1951 HAINBUCH GmbH innova i processi della tecnologia di serraggio, come testimoniano gli oltre 150 brevetti registrati e i numerosi riconoscimenti ottenuti nel corso degli anni.

Davide Ghizzardi è in HAINBUCH dal febbraio 2006 e dai primi del 2017 è responsabile della filiale italiana dell’azienda: “La nostra filosofia, fortemente condivisa con la casa madre, è fare un buon lavoro prima per ottenere un buon risultato poi. Per HAINBUCH Italia, che non è una realtà produttiva, il buon risultato si traduce nel trovare clienti, rispondere alle loro esigenze con prodotti standard o soluzioni ad hoc e fidelizzare gli acquirenti”.

“Fare un buon lavoro prima” continua Ghizzardi “significa invece creare un senso di vicinanza, farci riconoscere come interlocutori competenti e autorevoli, e costruire un dialogo consulenziale fatto di ascolto e comprensione dei bisogni dei nostri interlocutori”.

Digitalizzazione al servizio del cliente

Per creare vicinanza HAINBUCH usa in modo esemplare le tecnologie digitali.

“Già da anni HAINBUCH Italia, come via via anche le altre filiali in giro per il mondo, usa gli stessi software ERP, CRM e CAD della casa madre” afferma Davide Ghizzardi. Questo allineamento avvicina le filiali alla sede centrale, rende fluida la condivisione di dati, informazioni e contenuti, e facilita la messa a punto di attività di marketing e vendita data driven.

Il digitale, però, è usato soprattutto per avvicinare potenziali clienti e per mantenere vicino chi è già cliente. “Sul nostro sito” prosegue Ghizzardi “qualsiasi utente può scaricare liberamente i file STEP dei prodotti a catalogo e usufruire della documentazione tecnica: manuali di istruzioni d’uso e manutenzione, manuali di montaggio e data sheet. Il formato STEP – sviluppato a metà degli anni Ottanta per rendere interoperabili modelli e progetti 3D – è apprezzato soprattutto da chi è già nostro cliente, poiché in fase di programmazione gli permette di verificare gli ingombri in macchina evitando collisioni”. La documentazione, invece, oltre a permettere l’approfondimento autonomo degli aspetti tecnici legati a prodotti e soluzioni di HAINBUCH, ha effetti vantaggiosi sulla SEO (Search Engine Optimization) del sito aziendale: manuali e data sheet sono in genere bene indicizzati dai motori di ricerca e supportano la ricerca mediante le cosiddette “keyword a coda lunga”, cioè le espressioni chiave specialistiche, commercialmente preziose, formulate da persone esperte e intenzionate a intraprendere un percorso di esplorazione e acquisto.

A una platea di professionisti si rivolge anche la piattaforma 3D FindIt da cui gli utenti, previa registrazione, possono scaricare i file CAD dei prodotti HAINBUCH a catalogo, cercandoli anche per somiglianza geometrica, schizzo 2D o forma 3D. I fruitori di 3D FindIt sono soprattutto ingegneri e progettisti che necessitano di prodotti di parti terze da includere nel loro contesto progettuale. “L’adesione alla piattaforma 3D FindIt è un’iniziativa della nostra casa madre. Il service è vantaggioso, perché ci permette di beneficiare di una soluzione sempre al passo con i tempi, sicura e che non richiede l’impiego di personale dedicato” afferma Davide Ghizzardi. “La valenza strategica di 3D FindIt sta soprattutto nelle sue funzioni di registrazione e tracking, e nei relativi report che la casa madre riceve periodicamente dalla piattaforma. HAINBUCH condivide con noi i dati dei lead italiani, che noi ricontattiamo con l’obiettivo di aggiungere valore al semplice download del disegno. Proponiamo approfondimenti tecnici, consigli mirati e a volte suggeriamo impieghi del prodotto a cui il progettista non aveva pensato”.

“Anche su LinkedIn” continua Ghizzardi “proponiamo questo approccio consulenziale alle persone che ci chiedono informazioni su prodotti e soluzioni. Siamo molto attivi: postiamo news relative a novità, fiere ed eventi di HAINBUCH Italia e naturalmente rilanciamo anche post della casa madre e delle altre filiali. Teniamo molto a mantenere sempre aggiornate le nostre presenze online, perché oggi è un importante segno di professionalità”.

Nel complesso, la strategia digitale di HAINBUCH è andare incontro alla comodità di lead e clienti, lasciando loro la libertà di usufruire dei servizi self-service o di prendere contatto con l’azienda nei tempi e modi che ritengono più opportuni. “Siamo convinti che dare autonomia ai nostri interlocutori restando al tempo stesso aperti e disponibili sia la strada giusta per creare un senso di vicinanza fra i clienti e HAINBUCH: è la nostra via per costruire assieme relazioni durature e fruttuose” sintetizza Davide Ghizzardi.

Il ruolo strategico degli Area Manager

Le tecnologie digitali sono innegabilmente importanti in fase di pre-vendita per avvicinare nuovi lead e presentarsi loro come interlocutori competenti e autorevoli, ma la presenza presso il cliente resta insostituibile. Figure chiave sono gli Area Manager: “Sono persone assunte da HAINBUCH Italia, curano solo i nostri prodotti e ne sono esperti. Hanno tutti un’estraneità tecnica: sanno leggere i disegni, conoscono le macchine utensili, spesso hanno trascorsi operativi o esperienza nella vendita di utensili e attrezzature industriali” sottolinea Ghizzardi. “Quando visitano il cliente dialogano con lui alla pari sulla macchina utensile impiegata, sui cicli di lavorazione, sui pezzi da realizzare e sul risultato atteso. In fase di discussione, i video dimostrativi, i disegni e gli esempi realizzativi caricati sui tablet degli Area Manager sono molto apprezzati dagli interlocutori tecnici e aiutano a guidarne la decisione d’acquisto”. Insieme a cataloghi e brochure, questi contenuti multimediali – aggiornati spesso dalla casa madre – sono un ottimo esempio del valore che il digitale può aggiungere anche agli incontri in presenza.

Soluzioni cucite sulle esigenze del cliente

La qualità dei prodotti HAINBUCH è indiscutibile, ma non sempre gli articoli a catalogo riescono a soddisfare del tutto le esigenze del cliente. “Complessivamente realizziamo oltre 1.000 soluzioni personalizzate all’anno” sottolinea Davide Ghizzardi. “Sono il nostro fiore all’occhiello”.

“Durante la visita, il cliente tipicamente sottopone all’Area Manager il disegno o il pezzo che il suo committente gli chiede di produrre. Quando emerge che i prodotti standard non offrono sufficienti garanzie, per esempio in termini di precisione ed efficienza, l’Area Manager tiene la fila del dialogo fra il cliente, eventualmente il committente e i progettisti di HAINBUCH, con l’obiettivo di raccogliere, mediante un processo iterativo, tutte le informazioni necessarie e utili agli ingegneri per disegnare la soluzione custom più efficace”.

“L’analisi è cruciale per la buona riuscita del progetto, cioè per consegnare al cliente una soluzione funzionante fin da subito, che richieda poco o nessun fine tuning e che gli permetta di cogliere gli obiettivi produttivi condivisi con noi. Ecco perché in sede di analisi parliamo molto con il cliente, gli chiediamo – se necessario – di ottenere precisazioni dal suo committente e coinvolgiamo fin da subito i nostri progettisti”.

“La casa madre impiega una quarantina di ingegneri, molti dei quali specializzati in determinati prodotti e soluzioni. Loro, però, iniziano a progettare solo quando ritengono di

avere tutte le informazioni necessarie, riservandosi di ricontattare Area Manager, cliente e committente per approfondimenti. Chiarire un dubbio prima, finché la soluzione è ancora sulla carta, è preziosissimo per evitare problemi poi, ben più ostici e costosi da risolvere una volta che la soluzione ha preso corpo”.

“Appena pronti, l’Area Manager sottopone al cliente i disegni di approvazione, verificando con lui i dati della macchina, le caratteristiche del pezzo, il percorso degli utensili e altri dettagli. La firma congiunta del disegno, del cliente e nostra, ci impegna non solo a fornire la soluzione secondo le specifiche, ma a portare il nostro committente a cogliere l’obiettivo progettuale convenuto”.

“Produzione, montaggio – a cura del cliente o nostra, nel caso di attrezzature molto particolari – e poi arriva il momento della verità! Nella maggior parte dei casi tutto fila liscio; a volte sono necessari piccoli aggiustamenti, finenze che possono anche non riguardare il nostro prodotto, ma il sistema macchina nel suo complesso – gli utensili, i robot, le celle di carico e scarico, per esempio. In caso di problemi noi naturalmente ci siamo, perché far cogliere al cliente l’obiettivo condiviso ha la priorità su tutto”.

Fiducia e competenza: il cuore della strategia HAINBUCH

Contenuti digitali di taglio tecnico, competenza ed esperienza degli Area Manager italiani, coinvolgimento attivo della casa madre fanno sì che HAINBUCH sia percepita come un interlocutore autorevole, in grado di ascoltare e capire i bisogni dei suoi interlocutori, e di consigliare loro prodotti o soluzioni adeguati: “Il nostro punto di forza” conclude Davide Ghizzardi “è che siamo convincenti dal punto di vista tecnico. I nostri interlocutori sono sempre persone esperte: con loro è fondamentale costruire un rapporto di stima, basato su argomenti oggettivi, e portarli ad avere fiducia nel fatto che la soluzione che proponiamo è quella giusta”.

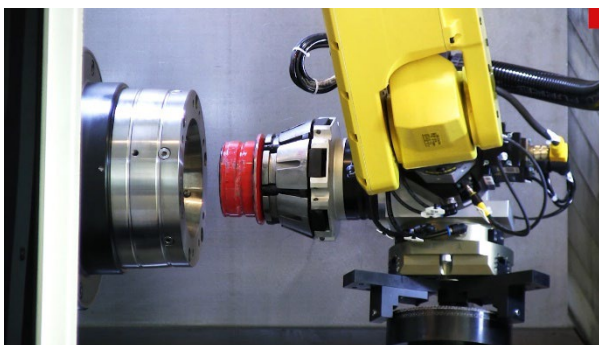
Galleria di immagini



Nuovo mandrino ad espansione MAXXOS T212 vincitore del premio AMB Award 2024



IQ Technology - dispositivi di serraggio con tecnologia di misurazione intelligente integrata



Linea AC (automated change) per l'automazione del processo per il bloccaggio dei pezzi



Sistema di cambio rapido centroteX con nuova flangia autocentrante B-TeX



Sistema modulare HAINBUCH SYSTEM per ridurre i tempi di attrezzaggio

Video di approfondimento

- **centroteX:** https://youtu.be/D1u9GI9geJQ?si=7HHl6Y-VDKTz7W_w
- **HAINBUCH SYSTEM:** https://youtu.be/aO_iwq4tUaY?si=XU3zOwpsW4s795zy
- **GAMMA MANDO:** <https://youtu.be/5TTfN6lcEOw?si=QZFflhlgPJJRXggZ>
- **MAXXOS:** <https://youtu.be/llOzMJxzhkQ?si=frmd349Hip6Z1zRm>
- **AUTOMAZIONE:** <https://youtu.be/xi689pdN3oo?si=4HNhNlwY6NX2pkmQ>
- **IQ TECHNOLOGY:** <https://youtu.be/TDEXVSYORVA?si=l3M0beSdV5hqjqbn>