

La Dottoressa Honoris Causa Eva Jaisli: CEO di una ditta radicata a livello locale verso il successo internazionale

Lo scorso anno, la Facoltà bernese di Scienze Economiche e Sociali, su proposta del Dipartimento di Economia Aziendale, ha conferito ad Eva Jaisli il Dottorato Honoris Causa. Come da tradizione, l'onorificenza è stata assegnata in occasione del Dies Academicus. Il 22 gennaio 2016, presso l'Università di Berna, la Signora Jaisli ha tenuto una conferenza di fronte ad un gremio pubblico, fra i quali si contavano importanti esponenti del mondo politico, economico e sociale.
Un articolo del Prof. Thomas Myrach

Fin dal 1996, Eva Jaisli è CEO dell'azienda familiare PB Swiss Tools. Si tratta di una realtà autoctona nell'ambito delle PMI elvetiche, con sede a Wasen, nell'area più interna dell'Emmental. Durante il discorso, la Dottoressa ha trattato soprattutto il posizionamento e l'evoluzione dell'azienda.

La CEO ha delineato con grande chiarezza il percorso che ha portato da PB Baumann, costruttore di utensili prevalentemente orientato al mercato interno (nel 1981, il 70% del fatturato derivava dal commercio interno), a PB Swiss Tools, azienda di respiro internazionale (nel 2015, due terzi del fatturato riconducibili all'export). Tale evoluzione si è basata su chiare considerazioni e sulla loro coerente implementazione pratica. Cruciale per il posizionamento dell'azienda è un coerente radicamento a livello locale, unito ad un orientamento internazionale verso i mercati del mondo intero.

Nella strategia aziendale, si guarda innanzitutto allo sviluppo dei prodotti e alla loro realizzazione in qualità costantemente elevata: «Work with the best», il motto che esprime tale visione e che spesso è stato menzionato anche durante la conferenza. Oltre agli elevati obiettivi qualitativi riguardo ai prodotti, occorre, tuttavia, saper entusiasmare i Clienti anche con altre caratteristiche. Al riguardo, la Signora Jaisli ha menzionato il Color Code degli utensili di avvitamento e novità quali il Safety Tool o il Pocket Tool.

Altro aspetto di grande importanza nella strategia dell'azienda è il marchio, i cui valori sono solidamente improntati alla «Swissness»: PB Swiss Tools intende infatti sviluppare e produrre con qualità svizzera, senza compromessi. Il radicamento a livello locale risulta vantaggioso per tale immagine del marchio. La Signora Jaisli ha chiaramente illustrato il concetto con un aneddoto: in occasione di una visita allo stabilimento, un Cliente nipponico, più che interessarsi allo showroom appositamente allestito, ha voluto osservare il contesto generale, per verificare se l'ambiente dello stabilimento corrispondesse effettivamente all'idea che egli aveva di un'azienda svizzera. Sotto il profilo della reputazione,

quindi, non è stata una mossa priva di rischi quella di cambiare il blasonato nome PB Baumann, puntando su PB Swiss Tools. Tuttavia, la crescente internazionalizzazione del fatturato ha reso naturale questa scelta.

Realizzare prodotti di qualità e sviluppare continue novità riesce meglio e velocemente, se in spirito di correttezza reciproca. La Signora Jaisli ha perciò trattato con chiarezza anche tale aspetto, nei confronti dei partner commerciali e dei collaboratori. Altro tema di particolare importanza è lo sviluppo sostenibile dell'azienda. All'obiettivo del successo economico, infatti, si accompagnano la valorizzazione dei collaboratori e l'impegno sociale, oltre che un



Eva Jaisli

impiego e una tutela efficienti delle risorse naturali.

Nel suo discorso, la Signora Jaisli ha affrontato anche tematiche di ordine politico. La decisione della Banca Nazionale Svizzera, adottata il 15 gennaio 2015, di non sostenere il cambio fisso franco/euro di 1,2, ha causato notevoli problemi anche a PB Swiss Tools. Per strategia e budget, l'azienda prevede, nel lungo termine, un cambio CHF/€ pari ad 1,05. Ciò rappresenta una grande sfida per l'azienda e per la sua strategia di produzione locale, come la Signora Jaisli ha drasticamente rimarcato. Tale sfida si potrà padroneggiare puntando ancora più decisamente sui punti di forza che l'azienda comunque offre, al di là di tali fattori.

L'aspetto cruciale è mantenersi concorrenziali: per riuscire in tale obiettivo, non basta sviluppare

soluzioni innovative e commercializzarle con successo, ma occorre anche maggiore produttività. Ciò richiede agilità, all'azienda nel suo insieme come ai suoi collaboratori, per mantenere con successo una posizione di player di nicchia. Un ulteriore presupposto per il successo è la stretta collaborazione con una rete di partner, sia sul mercato interno, sia sulla scena mondiale. Tale collaborazione dovrà tradursi in ulteriori vantaggi per la Clientela.

Al termine del discorso, Eva Jaisli ha offerto ai partecipanti una chiave per viti di qualità, per consentire loro di toccare con mano l'assortimento dell'azienda, invitando poi i presenti ad un ricco aperitivo a base di specialità locali. L'aperitivo è stato curato dalla Ditta Jumi, esempio a sua volta di azienda innovativa e dalle salde radici locali. Ma questa è un'altra storia...

Adaptive thinkers

BearingPoint consultants understand that the world of business changes constantly and that the resulting complexities demand intelligent and adaptive solutions. Our clients in commerce, finance and government enjoy real results when they work with us. We offer industry-based management skills, functional expertise and the ability to adapt strategic insights to individual challenges. These qualities have led to long-standing relationships with many of the world's leading commercial organisations. Interested?

Have a look at our open positions and apply online on our career platform at www.bearingpoint.com/en-ch/careers



BearingPoint®