

通过交谈突出 原产地和质量

采访 PB SWISS TOOLS

首席执行官 EVA JAISLI



«我们清楚地认识到，
当我们以我们的名义
讲述产品和品牌的
历史时，就是最好的
广告。»

PB Swiss Tools 的手动工具因为其耐用，精确和可靠而享誉世界各地。这三种价值也与 Swissness 相结合，所以瑞士原产地在品牌维护中发挥着重要的作用。产品质量和高效进行质量沟通的能力在企业成功中具有重要地位。

1878 年就已经为今天的 PB Swiss Tools 奠定了基础。从那时起品牌经历了怎样的发展历程？

我们的高品质手工工具一如既往地在公司位于艾门塔尔 (Emmental) 的生产厂中制造。当我们在二十世纪六十年代初有机会向亚洲提供产品时，瑞士制造这个主题对我们来说越来越重要。因此，我们在 2005 年希望更详尽地了解，是哪些原因使客户选择我们的品牌产品。

对此你们是如何做的？

我们与伯尔尼大学合作开展了一项广泛的调查，向我们遍及各大洲的合作伙伴询问。我们希望确认，从客户的角度来看，什么是我们的品牌价值。

得出了什么结论？

我们发现，从使用者的角度来看，产品质量和有效价值具有重要意义。紧接着排在第二位的是品牌借助其原产地⁴³传达出的可靠性。很显然，瑞士制造非常关键。PB Swiss Tools 开发和生产的产品体现精益求精的瑞士质量。我们的公司理念：«Work with the best» 并非是泛泛而谈。因此，我们为我们的产品提供终身质保。

你们从中得出什么结论？

我们想知道与客户之间有哪些不仅是产品而且我们的品牌也起到一定作用的共同点。我们清楚地认识到，当我们以我们的名义讲述产品和品牌的历史时，就是最好的广告。因此，我们删去了家族名称 PB Baumann，取而代之在名称中纳入了 «Swiss» 以及公司的主业：Tools。我们在公司名称中保留了创始人 Paul Baumann 的姓名首字母。我们以此来讲述公司的历史。这很受人欢迎。

那么将能够引起共鸣的瑞士加入名称

是不是一个深思熟虑的考虑呢？

完全正确。对我们来说，重要的是这个决定不是在艾门塔尔 (Emmental) 这里的一个小房间悄悄做出的，而是在充分考虑了调查结果的情况下做出的。这项研究为我们带来了难以相信的众多实际知识。在改名时纳入 Swiss 极大地充实了我们的品牌名称。

你们中还得出哪些其它结论？

这也验证了我们通过 Swissness 让人们联想到的是否也是我们在产品质量中体现的价

值。同时我们清楚得出结论：耐用、精确和可靠对于我们的产品来说非常重要。这三种价值全部符合瑞士制造这个主题。这令我们信服，将这种联系也纳入品牌名称中。

这项决定在销售合作伙伴处的反应如何？

执行起来令人难以置信的迅速，这向我们清楚地表明，决定是正确的。这几乎让我觉得，我们的合作伙伴早就一直在等待这项决定。这肯定也与我们让我们的合作伙伴参与到更名过程中有关。这给了他们机会，为这项开创性的决定做好准备并迅速实施全新的企业设计。

**«耐用、精确且可靠
使我们的产品出类拔萃。
这三种价值全部符合
瑞士制造这个主题。»**

你们是如何实施品牌名称的？

在组织全新的企业设计时，我们从一开始就进行了精准的工作。全新的品牌名称始终与我们的价值，也就是企业认同相联系。因为这些价值已经非常好地相互匹配，所以能够预见新的品牌名称会非常迅速地得到应用并受到好评。

是否也出现过问题？

我们很快就觉察到，我们缺乏作为一个整体的情感力量。因此我们作出决定，拍摄一部图片集。我们非常细致周到地完成了这个视觉形象。我们想知道：什么有助于提高我们的声誉？哪些价值能够 100 % 地体现我们？这个视觉形象应充满激情地展现我们的价值观。

«我们很快就觉察到，
我们缺乏作为一个
整体的情感力量。
因此我们作出决定，
拍摄一部图片集。»

全新的图片集看起来如何？

«work with the best» 理念作为企业设计的元素是实施的关键。我们将工具搬到少女峰和戈尔内格拉特峰的 Sphinx 高海拔科研站上。阿尔卑斯山图片集的题材是我们的共同身份：无论少女峰还是 PB Swiss Tools 都已在欧洲和欧洲以外地区以 «最好»、«最佳» 或 «卓越» 等最高级形容词为大众熟知。

你们是如何实现工具和少女峰之间的联系？

在少女峰的最高点 (海拔 3580 米), Sphinx 科研站和 PB Swiss Tools 之间出现了共同点：科研站抗拒风、冰和严寒，即使是在像北极一样的条件下仍在工作。我们希望形象地展

示，我们的工具可以通过各种耐久测试：它们能够精确使用，使用寿命长且耐用。每件工具的配合精度，让安全和高效地工作成为现实。带着激情拧螺栓的人懂得欣赏这些工具和器械。

人的因素在品牌中扮演什么样的角色？

人是不可替代的。一个强大的品牌需要一个个人品牌，而这往往是最后为品牌作担保的那些面孔。这对中小企业而言肯定是一个机会，因为在瑞士，中小企业常常还是企业主在进行管理，因此这些企业主们都已经准备好为自己的品牌代言。这就产生了一个个人品牌，能够强力支撑和承载公司的企业品牌。

在品牌建设过程中，理论与实践的结合表现如何？

二者始终缺一不可。理论指导的思维模式一方面使我能够获取灵感，另一方面为提供标准，来验证更多是在情感层面上所确定的东西。就这样，理论和实践不断相互对话。最终我肯定在这两方面获得了良好的感觉。

哪些理论基础为品牌建设提供了支持？

我们使用了不同的理念范畴。一个范畴是企业品牌作为整体的核心关键词。接触点⁴⁴的整个策划作为一个重要的辅助工具，特别在企业品牌的实施中。我们想知道：最终用户在哪里与品牌发生接触？在那里今天我们也面向 DIY 爱好者，而不再仅面向专业人士。我们针对目标群进行观察，重要的接触点在哪里，我们出现在哪里和不出现在哪里。然后我们与我们全

⁴⁴ 理论
第 139 页

世界的合作伙伴确定了任务分配, 谁如何处理哪个接触点。这帮助我们在出现时迅速获得了一定的范围覆盖。

你们赋予品牌引导何种地位?

这将非常仔细地体现出来。例如, 2015 年我们定义了一个多渠道战略。在这个战略中, 品牌始终居于中心。具体来说涉及我们如何操作不同的渠道, 我们使用哪些平台以及我们在那里如何表现。

你们是否建立了一个不断检查这些过程的营销部门?

是的, 我们有这样一个部门。我们任命了一位企业品牌经理⁴⁵, 他始终密切关注着品牌。当涉及到新的年度产品目录时, 他也负责如何清楚地展现视觉形象。他确保品牌价值已积淀在视觉形象中, 而这反过来又为产品价值提供支持。

如何维护品牌?

在线下和线上渠道中, PB Swiss Tools 的营销代理向最终用户或商户销售产品。他们推广品牌, 在我们的支持下维护品牌。事实上我们数十年来维护着良好的伙伴关系, 这为我们提供了扩大市场份额的机会。我们也通过开拓新市场不断赢得新客户。

公司从长年的伙伴关系中获得什么好处?

这有助于不断改进和优化品牌价值与品牌表现。因此, 合作伙伴可确保品牌感受适合不同的目标群体。

您能举一个例子吗?

我们不能通过同一个图片集使专业人士和 DIY 爱好者都感兴趣。因为客户们在不同的生活世界中活动, 所以需要不同的图片集。部分合作伙伴自主操作整个在线范围, 不管他们拥有自己的网上商店还是在不同的电商平台上提供我们的商品。

在您看来, 要想使一个品牌大致成为一个强大的品牌都需要做哪些工作?

第一点: 产品价值。在我看来, 没有不是建立在证据充分的产品价值之上的品牌。第二点是品牌的体验价值。通过数字化, 我们拥有了前所未见的全新体验方式和方法。

PB Swiss Tools 品牌的成功秘诀是什么?

决定成功的关键因素肯定是产品质量。此外还有我们通过沟通展现质量、让受众认识的能力。第三点是传播肯定产品质量和品牌公信力的正面体验。通过我们投放市场的每一款新产品、通过作为整体的品种系列和通过品牌的整体形象, 我们向世人证明我们信守承诺: «Work with the best»。我们必须始终专注于这项核心任务。

具体来讲, 你们是如何显现质量的?

在越来越多企业以价格优势来销售产品的时代, 我们始终将质量作为我们的重点。所有 PB Swiss Tools 产品均有一个序列号。这样就可以追溯所有的生产步骤和所使用的原材料。这是我们独有品质的标志。

45 理论
第 104 页

有哪些用户在使用你们的工具？

著名的瑞士工业公司都是我们的客户：SBB、ABB、Stadler Rail、Schindler 等。所有在出口导向型工业中有着非常强劲表现的公司。还有活跃在手工业中的知名中小企业。

«能够实现
一次承诺，
很好，
一次又一次地
兑现承诺，
则会走向成功。»

他们是作为电工、综合机械工或工程师使用我们的产品的专业人士。他们激励我们不断改进我们的品种系列。他们向我们提出我们的产品尚未满足的期望。我们也与我们的开发专家一起访问工业和手工业中的工作台并询问：什么受重视？在未来需要哪些类型的解决方案？

你们的产品为这些公司提供什么好处？

我们提供的高品质工具帮助工业界的专业人士完成卓越的工作。在这个意义上，我们提供使他人获得成功的解决方案。是工具质量决

定了完成的工作较好还是较差，必须花费更多还是更少的时间，是否能够以较高的操作和过程安全性执行工作。它们是有助于一家公司成功和突出我们品牌可靠性的标准。我们不生产机器，而是生产用来组装机器和保证机器正常运转的工具。

如果产品不损坏，PB Swiss Tools

如何保证销售额？

我们每年都推出新产品。新产品唤起关注并因此对提高销售具有重要意义。不仅如此，响应客户期望的创新性解决方案对于促进增长至关重要。我们进入新的市场，并与新的销售伙伴建立联系。我们因此确保获得新的渠道。总之，我们利用所有成功发展的良机：市场渗透、市场拓展和产品扩张。

在产品质量如此高，实际上不会发生任何维修服务时，客户服务有什么意义？

是的：由于我们产品的高质量，我们实际上未收到任何客户投诉。除非存在错误的应用。然而客户服务仍起着重要作用。高级工具需要高级服务。点。我们通过客户服务确保当客户需要产品时，产品就在其手边。这意味着绝对的供货信誉以及保证交付正确产品的供货服务。选择那些能够遵守这种高水平服务的销售合作伙伴当然是我们的责任。

你们的客户服务的关键因素是什么？

直接响应是最好的。在线渠道在沟通中具有非常重要的意义。今天，客户希望就其问题马上得到答复。答复必须具体且专业。也就是说要绝对合格。

你们在 70 多个国家开展业务。你们如何确保客户服务到处都效果一样好？

让我们以中国为例。我们为这个市场成立了一家分公司，它经营着 PB Swiss Tools (上海)。这就意味着，我们在当地有一个仓库和一个为最终用户和销售中间商提供咨询的专家团队。为了保证及时供货，这个团队设有一个销售组织和一个仓库管理机构。

关键词数字化：新媒体在你们公司扮演着什么角色？

通过社交媒体进行品牌维护有它的意义。特别是连同我们向专业人士、半专业人士和 DIY 爱好者销售产品的要求。作为前提条件，我们需要详细了解不同目标群体获取信息的方式和方法。他们如何评价产品和服务？社交媒体在这期间已成为可靠的信息平台，另一方面对于促成最终销售有它们的意义。

这是如何实现的？

我们小心谨慎地操作社交媒体渠道。随着多渠道战略的建立，我们已经安装了“forward gear”。我们希望与我们的利益相关者有更多、但是经过成熟思考的互动。我们希望公司在 LinkedIn 或 Xing 上亮相。我们将 Facebook 用于讲故事⁴⁶和链接各种促销活动。此外，我们建立了促进互动的博客。

哪些挑战已经与这些数字化交流手段联系起来？

全球化为成功发展带来了机遇和风险。当一位家庭手工业者在美洲拍摄他是如何用我们的工具出色完成任务并将录像上传到

«由于我们产品的高质量，我们实际上未收到任何客户投诉。如果有投诉，通常是因为产品被错误使用。»

Youtube 上时，他就提升了品牌意识。也可能发生传播负面信息的情况。在这种情况下我们必须立即作出反应，这需要必要的能力。

你们如何监控品牌怎样被在线展示？

我们在世界各地 70 多个国家有合作伙伴。他们帮助我们始终密切关注沟通渠道，并为渠道配备正确的信息。

客户服务方面的趋势将走向何方？

差异化是这里的关键词。作为以出口为导向的瑞士中小企业，如果我们能够将品牌产品成功定位于小众，那么就会拥有最佳机会。因为我们凭借高质量而不是低价格销售产品，所以我们专注于可在小众中而非在大众中找到的高端客户群。将来，我们仍会立足于质量并同时保证有竞争力的价格。

46 理论
第 113 页

这听起来非常自信。

我们根据客户满意度和竞争能力检验我们的成绩。我们以竞争对手为参照点检查产品价值和品牌价值。同时，坚定地深耕国内市场起着至关重要的作用。国际工具制造商都在争夺瑞士工具市场。我们为自己争取最大的市场份额。通过这种方式，我们为面向小众的出口提供了必要的推动。

作为最后的总结：有关品牌管理和客户服务方面，您对企业界特别是年青的企业家有哪些建议？

必须证据充分和可信地传播产品价值。要构建与品牌相互协调的相应沟通方式。品牌价值的协调 (UAP) 和独特的品牌销售主张必须一致。品牌是通过产品和服务提供的性能优势的招牌和传播者。在市场上已站稳脚跟的公司和创业公司所面临的挑战是，为应对这些挑战拿出必要的专业精神和耐心。

«我们小心谨慎地 操作 社交媒体渠道。»

**你们越来越多地专攻小众市场，
是否已经在那里取得了成效？**

您所说的专攻，我认为是差异化处理。我们必须关注我们从事的所有方面的竞争情况。我们必须略微领先于全球玩家，并且我们绝对不能害怕通过我们供应的产品来提供证明。

EVA JAISLI

Eva Jaisli 出生于 1958 年, 自 1997 年以来一直担任 PB Swiss Tools 公司的首席执行官; 她和她的先生是公司所有者并且是公司的第四代经营者。

她的第一职业是培训教师, 然后受过心理学/社会工作和企业管理学 (硕士) 以及国际营销 MBA 的辅助教育。

家庭状况: 已婚, 有四个孩子

教育背景: 心理学/社会工作本科、企业管理学研究生、国际营销 MBA。

她拥有伯尔尼大学经济学系的名誉博士学位。

休闲活动: 与家人和朋友参加户外活动。

Eva Jaisli 是 SWISSMEM 瑞士电子机械联合会的理事会和执行委员会的成员, 是瑞士质量管理体系协会 (SQS) 理事会的成员, 并且是瑞士投资贸易促进委员会 (S-GE) 的副主席。她是地区医院 Emmental Service AG 的董事会主席。

PB SWISS TOOLS

PB Swiss Tools 开发和生产的产品体现精益求精的瑞士品质: 精确、耐用、可靠。是专业技工所赞赏的精湛的工具和器械。
Work with the best.

企业的基础在 1878 年就已奠定。今天企业雇用了大约 150 名员工, 每年产出约一千万件工具。其中三分之二供出口。最重要的出口市场: 欧洲、亚洲、美洲和中国上海的子公司。

www.pbswisstools.com