

En route dans le monde entier



Hubert Mildner et Ulises Lorente sont les deux visages compétents pour les succursales et les distributeurs d'EVVA. Leur quotidien est marqué par des voyages, des téléconférences et la rencontre avec les cultures les plus variées.

Dix succursales qui vendent des produits EVVA dans 11 pays, ainsi que des distributeurs dans 48 pays : comment coopérer, et surtout, comment poursuivre des objectifs communs ?

Mildner : Nous procédons ici de manière très structurée. Notre stratégie d'entreprise est la clé de notre développement continu. Elle couvre tous les domaines en détail et doit chercher à en faire un avenir prospère. Nous avons nos propres stratégies pour les produits, les ressources humaines, les finances et la production. On y définit la manière dont nous voulons façonner l'avenir. De cette orientation découle la planification annuelle. Elle est également obligatoire pour les succursales. A cela s'ajoutent les conditions-cadres respectives, telles que le portefeuille de produits ou la formation des prix. De cette façon, nous essayons d'atteindre l'objectif de résultat fixé par le Directeur général.

Comment se passent la communication et les échanges avec les succursales et les distributeurs dans la vie quotidienne ?

Mildner : Là aussi, tout est réglé comme du papier à musique. Nous

avons des vidéoconférences hebdomadaires avec les succursales. Il s'agit surtout en l'occurrence d'échange sur des campagnes de marketing, de nouveaux produits ou de considérations commerciales. Dans le cadre du reporting Web mensuel, chaque succursale fournit les derniers chiffres de développement commercial pour chaque budget. Nous avons ainsi la maîtrise permanente du développement et nous pouvons intervenir si nécessaire. Il y a aussi des conférences de branche spéciales deux fois par an. En outre, certains directeurs de succursale sont intégrés dans l'équipe de stratégie d'EVVA afin de jouer un rôle actif dans l'élaboration de la stratégie.

Lorente : La communication avec les distributeurs suit des règles différentes, puisqu'il s'agit de partenaires externes. Nous cherchons avant tout à un échange direct sur site. Cela signifie environ 60 jours de voyage par an pour chaque membre de mon équipe. Nous recevons également des clients à Vienne pour des formations ou des discussions. Les autres contacts nécessaires sont gérés par courrier électronique, téléphone et vidéoconférence. La présence aux salons internationaux dans les régions importantes pour nous est également essentielle. Nous ne gérons pas seulement les contacts existants, mais nous essayons également de créer de nouveaux partenariats.





«EVVA symbolise la distribution orientée projet par des partenaires : Au-delà d'une certaine taille, les services extérieurs d'EVVA sont impliqués dans la planification. La mise en œuvre s'effectue ensuite avec le partenaire.»

Hubert Mildner, chef du secteur des ventes internationales chez EVVA

Une succursale exclut-elle des partenaires ou même des distributeurs dans un certain pays ?

Mildner : Non, car nos partenaires sont essentiels pour nous. Ils sont sur place, ils connaissent le contexte local, et en même temps ils sont si bien formés que nous pouvons compter sur eux pour que le projet réussisse. Nous le pensons également en Autriche. Nous collaborons généralement avec des partenaires simplement pour assurer le service après-vente pour le client, tel que la maintenance, le remplacement de la batterie, etc.

Ils sont également actifs dans des cultures totalement étrangères pour nous Européens. Comment évitez-vous les malentendus dus aux différences nationales ?

Lorente : Mon équipe et moi-même, nous nous considérons toujours à nouveau

comme les avocats de nos partenaires appartenant à d'autres cultures. Nous nous efforçons de concilier les exigences parfois inhabituelles de nos clients et de nos marchés, ainsi que les idées d'Europe centrale au sein d'EVVA. Il est également important d'examiner de près le savoir-faire des partenaires, car nombre d'entre eux disposent de beaucoup de connaissances préalables, même sans formation spécifique à EVVA. Nous devons vérifier en l'occurrence : La performance est-elle adéquate ? La prestation nécessaire est-elle simplement fournie par d'autres moyens ?

Mildner : Cette prise en compte des particularités régionales caractérise la coopération au sein de toute l'entreprise. Car ce qui est fait sur mesure pour nous en Autriche peut être la norme dans le pays ou dans la région. Ici, il faut toujours être attentif et surtout peser le pour et le contre - et bien sûr en calculer les coûts.

Hubert Mildner, directeur des ventes internationales, et Ulises Lorente connaissent les défis d'une entreprise internationale telle qu'EVVA

L'internationalisation et la mondialisation sont sur toutes les lèvres. Avez-vous l'impression que les conditions juridiques cadres soutiennent cette évolution ?

Mildner : La charge administrative est au contraire toujours plus lourde. Par exemple cette année, nous devons effectuer des contrôles à l'exportation encore plus précis dans le contexte de la conformité des exportations, tels que : Qui se charge de la commande ? Y a-t-il des incohérences ? etc. Même les embargos actuels doivent être respectés.

Lorente : En outre, il faut toujours garder à l'esprit le règlement sur le double usage. Il s'agit de savoir si nos produits pourraient être utilisés sur le plan militaire. Surtout avec les solutions électroniques, il est souvent difficile de l'exclure, car les puces pourraient être utilisées de nombreuses manières.

Mildner : Notre travail reste donc très varié. ◆

UN PORTRAIT

Hubert Mildner

Arrivé chez EVVA en 1998 pendant ses études en administration des affaires

Directeur général des ventes du groupe EVVA en mettant l'accent sur la stratégie

Il voyage tout aussi volontiers à titre privé qu'à titre professionnel.

Ulises Lorente

Né à Madrid, en Espagne

Arrivé à Vienne en 2007 dans le cadre d'un échange d'étudiants diplômés, il est resté par amour

Depuis 2009, directeur régional des ventes d'EVVA pour la CEE/le SEE, depuis 2012 directeur des exportations

A titre privé, il aime passer du temps avec sa fille de 14 mois, pour laquelle il a également pris un congé parental à temps partiel.