



Een machinebouwer moet geen merk kiezen, maar de juiste oplossing voor zijn machine

In reactie op het artikel 'Groot helpt klein, klein helpt groot – Rockwell Automation en Racupack varen wel bij co-marketing' (Link, september 2010)

Co-marketing is een mooi verhaal, maar ik denk dat er in de praktijk weinig van terecht komt. Wanneer tien machinebouwers met gelijkwaardige producten

klant bij jou zijn, wie profileer jij als besturingsleverancier dan bij de eindklant? Welke machinebouwer schuif je naar voren?

Ook wij bewerken als besturingsleverancier samen met de machinebouwer de eindklant, maar doen dat met een andere visie: de machinebouwer op alle mogelijke manieren ondersteunen met als doel een betere machine te kunnen maken. Met onze componenten kunnen we ervoor zorgen dat de productie van de machine omhoog gaat en de *downtime* vermindert. Hoe krijg je het systeem zo transparant dat foutmeldingen direct naar boven komen?

Wanneer je, als machinebouwer, een machine verkoopt op basis van het merk besturingssysteem dat je erin stopt, breng je jezelf in gevaar. Zeker internationaal. Want dan is de besturing je *usp* en zit je automatisch in de verdediging, omdat je niet kiest voor een oplossing. Eenmaal gekozen voor de eindgebruikersmarkt ben je als machinebouwer verplicht je product uit te leggen. Kies je voor een besturingspecialist dan zijn de voordelen van je machine een stuk gemakkelijker uit te leggen. Je ziet het bij grote machinebouwers, die kiezen een specialistisch merk en *brandlabels* dat. Daarmee omzeilen ze bij de eindklant direct de discussie over een specifiek merk. Ook heel grote machinebouwers zijn niet groot geboren,

maar hadden wel de filosofie van een grote machinebouwer: een visie hebben en een oplossing bieden voor een bepaald toepassingsgebied. De eindklant kan niet meer eisen dat er een bepaald merk in zit, omdat de complexiteit van een huidige machine dit niet toelaat.

Over één ding zijn we het zeker eens: een machinebouwer kan zich alleen maar flexibel opstellen naar de eindgebruikersmarkt door te standaardiseren op een merk besturing. Dat heeft in de breedte meer mogelijkheden voor zijn machine om het probleem van zijn eindklant zo snel mogelijk op te lossen. Dat kan hij door alle kennis te vergaren van een product/fabricaat, maar dat staat los van een merk.

Alle besturingsleveranciers bouwen tegenwoordig een besturing met elektronica-componenten die iedereen gebruikt. Dus als een weerstand bij het ene merk stuk gaat, gebeurt dat ook bij het andere merk. Garantie geven op betrouwbaarheid en levensduur van een besturing is klinkklare onzin: de systemen zijn even betrouwbaar en gaan tientallen jaren mee en dan is het gewoon op. De grote merken hebben gewoon meer verstand van marketing dan van techniek. Als aan de machine van de klant geen hoge eisen worden gesteld is dit geen probleem. Wordt er meer gevraagd, dan heb je als machinebouwer meer aan een specialist.

Lucien Kouwenhoven

General manager SigmaControl

links

www.sigmacontrol.eu