



Hannover, 19/09/2022

«Funcionamiento transversal digital: el conjunto de tres divisiones suma más que tres»

La digitalización y la conexión en red de los vehículos comerciales permiten servicios y modelos de negocio completamente nuevos, pero también requieren una nueva organización para su desarrollo. Por ello, MAN Truck & Bus ha creado el «triángulo digital» que comprende las ventas, la I+D y la TI. En esta entrevista, Christoph Herr (Head of Digital Solutions), Stefan Teuchert (Head of Electric / Electronic Systems) y Andre Wehner (Chief Information Officer) explican la idea que hay detrás y los beneficios para los clientes de MAN.

MAN Truck & Bus
Dachauer Straße 667
80995 Múnich

Si tiene preguntas, póngase
en contacto con:

Sebastian Lindner

Tel.: +49 89 1580-2001

Presse-man@man.eu

<https://press.mantruckandbus.com/>

Señor Herr, ¿en qué se diferencia el «triángulo digital» del anterior proceso de desarrollo de MAN?

Herr: Como todos nuestros competidores, nos enfrentamos a la cuestión de cómo queríamos abordar los nuevos temas, por ejemplo, la digitalización, la movilidad eléctrica y la conducción autónoma. Inicialmente, se pueden concebir dos extremos: el desarrollo ágil en una organización independiente o el desarrollo en el marco de la organización existente. En MAN hemos optado por un modelo híbrido: Las divisiones permanecen arraigadas en nuestra organización, pero trabajan juntas de forma transversal. En concreto: actualmente estamos estableciendo una red internacional de «centros digitales». Debe concebirse como una casa de proyectos en la que nuestros equipos trabajan juntos más allá de los límites de cada departamento. Por ejemplo, hemos abierto otro centro, no muy lejos de nuestra fábrica de Múnich, similar al de Pune en la India y el de Lisboa en Portugal. También aquí, los empleados de diferentes departamentos colaboran en los asuntos futuros de nuestra industria.

MAN Truck & Bus es el fabricante de vehículos industriales y el proveedor de soluciones de transporte líder en Europa, con una facturación anual poco menos que 11 000 millones de euros (2021). Su gama de productos incluye camionetas, camiones, autobuses y motores diésel y de gas, así como servicios relacionados con el transporte de personas y mercancías. MAN Truck & Bus es una empresa de TRATON GROUP y actualmente cuenta con más de 34 000 empleados en todo el mundo.



Señor Teuchert, ¿cómo se distribuyen las tareas de las tres divisiones?

Teuchert: El desarrollo de software se ha consolidado en mi división de I+D. Esto incluye todo el software del vehículo y relativo a él. El departamento de TI se encarga de todo lo que está más relacionado con los procesos. Y todo lo que tiene que ver con las ventas y los requisitos de mercado se ha asignado al departamento de ventas. El objetivo es crear un valor añadido para nuestros clientes. Y esto es más probable que ocurra cuando las tres divisiones están en el mismo barco. Con Christoph Herr, Andre Wehner y yo, hemos encontrado un equipo de gestión que no concibe cada aspecto de forma aislada. En su lugar, pensamos mucho en términos de productos y clientes. Eso nos supone una gran ventaja.

Sr. Wehner, ¿por qué se crea el «triángulo digital» precisamente ahora?

Wehner: Gracias a los nuevos servicios digitales, ahora estamos en contacto permanente con nuestros clientes, y ya no solo cuando entregan su vehículo o visitan el taller, como ocurría anteriormente. A través de su interacción con nuestros servicios, ahora vemos exactamente y en tiempo real la acogida de nuestras ofertas. Esto requiere de nuevas habilidades en cuanto al desarrollo: Necesitamos equipos que puedan colaborar continuamente y mejorar rápidamente nuestros servicios con base en los comentarios de los clientes. Solo así podremos crear un valor añadido real para nuestros clientes con nuestra cartera de servicios.

Al final, el beneficio para el cliente es decisivo. ¿Cómo se benefician los clientes de MAN del «triángulo digital»?

Wehner: Es cierto que necesitamos una orientación cien por cien centrada en el cliente. El «triángulo digital» crea las condiciones óptimas para ello: desde el principio, somos conscientes de las exigencias de nuestros clientes y podemos reaccionar aún más rápido a sus comentarios. El antiguo «modelo en cascada» no es apropiado para este nuevo mundo, porque no basta con escribir los requisitos en una lista, dejar que los informáticos los desarrollen y luego ver qué sale al final. La buena noticia para nuestros clientes es que tenemos muchas ideas para nuevos servicios que utilizan los datos de los vehículos para, por ejemplo, optimizar el mantenimiento y reducir el tiempo de inactividad. Y con la ayuda del «triángulo digital»,



también los pondremos en práctica rápidamente y en interés de nuestros clientes.

¿Qué nuevos servicios se están desarrollando actualmente como parte del «triángulo digital»?

Herr: Nuestros equipos están trabajando, por ejemplo, en el desarrollo del MAN eManager. Se trata de un software que proporciona a los gestores de flotas información sobre el estado de la batería o la autonomía restante, entre otras cosas. Además, queremos crear las condiciones para vender nuestros vehículos también en línea. Porque estamos seguros de que una nueva generación de empresas de transporte está muy interesada en este tipo de oferta. Tercer ejemplo: Estamos trabajando con ahínco en la ampliación del MAN Service Care. Se trata de una herramienta para la gestión proactiva del mantenimiento y las reparaciones: detecta problemas inminentes para que nuestro servicio de averías MAN Mobile24 pueda, entre otras cosas, recomendar al conductor que acuda a un taller a tiempo. Nuestro objetivo: 100 % de disponibilidad de los vehículos.

¿Ha cumplido el «triángulo digital» sus expectativas hasta ahora?

Teuchert: Incluso las ha superado. En este contexto, perseguimos un enfoque muy orientado al cliente porque el pensamiento divisional clásico ha desaparecido casi por completo. Todo funciona bien y rápidamente. Y cada uno aporta sus respectivos puntos fuertes: Christoph Herr es excelente en las divisiones de estrategia y marketing. El punto fuerte de Andre Wehner es la implementación rápida y limpia de los procesos informáticos necesarios. Y a nosotros casi nadie nos gana cuando se trata del desarrollo de productos. Así que cada uno contribuye su parte y, cuando las combinamos, el conjunto de las tres divisiones, suma más que tres.