

CASE Landia

Antal medarbejdere: 150
Branche: Fremstilling af pumper og energi
Etableret: 1933

Interview med Steen Larsen,
direktør for Landia A/S

"Hele holdet står på mål for sælgerne"

"Først blev jeg nysgerrig, og så blev jeg provokeret. For kunne det passe, at vores opfattelse af Landia var helt forskellig? Så tror da pokker, at medarbejderne kørte rundt i manegen i stedet for at have fælles forståelse for spillet."

Det var et DI-webinar, der gjorde Steen Larsen nysgerrig. Så nysgerrig, at han straks gik hjem og tog SalgsScoreCard-testen.

SalgsScoreCard triggede og provokerede

"Testen var en AHA-oplevelse, så jeg bad min salgsdirektør om også at tage den. Resultatet var provokerende: Hvorfor var der forskel på vores

opfattelse af Landia? Vi var jo lige så forskellige som vores kunder, der spænder lige fra landmænd til hightech industri. Det måtte vi se nærmere på!"

Hjælp hinanden med at hjælpe kunderne

"Kundernes forskellighed betyder, at vores medarbejdere naturligvis også skal være forskellige.

Alligevel kom det totalt bag på mig, hvor stor forskel der var på de svar, de enkelte supporteringslag gav på spørgsmålene i salgsdiagnose-værktøjet.

Man kan ikke ændre på mennesker, men man kan ændre deres måde at agere, og det har processen katalyseret."

Alle medarbejdere skal kende deres rolle, værdi og plads på holdet. Sælgere er vigtige, for salget er åbningen. Men holdet skal stå på mål for sælgerne, og den værdikæde fik vi bygget, så kunderne har en god oplevelse ved kontakt med alle rækker i organisationen."

Dokumenterede fakta fik os til at turde

"Jeg havde jo nok en fornemmelse af, hvor skoen trykkede, men nu har jeg fået forsknings- og faktabaseret dokumentation for det.

Netop dokumentationen har gjort, at vi havde tilstrækkelig gensidig tillid til at turde at italesætte tingene. Mennesker er forskellige, og det er vigtigt at tale om, hvorfor alle er vigtige, så vi bliver ét hold i stedet for små klikker. Processen har katalyseret, at holdet har 100% forståelse for hindanen, og spiller bedre, og det kommer vi helt klart til at se på bundlinjen."

Jeg havde en fornemmelse af, hvor skoen trykkede, men nu har jeg fået forsknings- og faktabaseret dokumentation for det."

Kunne vi blive bedre – både hver især og sammen – hvis der blev skabt en fælles forståelse for, hvordan, og hvorfor, salget skaber værdi? Svaret fra Carsten Rothmann lød: I skal hjælpe hinanden med at hjælpe kunderne. Det udløste gode snakke og selvransagelse, og gav mig i den grad lyst til at se mere på holdet."

Processen har katalyseret, at fælles forståelse er blevet vores holdsport "119 kunder deltog i vores store kundeanalyse, som gjorde det klart, hvor vigtig kundeservice er fra første telefonopringning til salg og løbende support.

At kende sin rolle i relation til salget har skabt en motivation, som gør, at alle går et ekstra skridt for holdet."

100% forståelse
for hinanden

Løsning: Salgsdiagnose og eksekveringsplan med særlig fokus på kundeindsigtsanalyse, segmentering, kunderejse og cusmomer care træning
Udbytte: Bedre holdspil og bundlinje

