

CASE Ljungdahl

Antal medarbejdere: 15
Branche: Byggerådgivning
(fugemasse)
Etableret: 1972

Interview med Thomas Vilmar,
CEO hos Ljungdahl A/S

Findes "den fødte sælger"?

"Er der noget, som provokerer Thomas Vilmar, er det begrebet "den fødte sælger". "En god sælger er både fagspecialist, og besidder nogle relevante menneskelige egenskaber. Men man kan ikke være født sælger."

"Du kan hverken være født sælger, ingeniør, fodboldspiller eller noget helt fjerde. Det handler om talent, uddannelse og træning. Derfor passede det nye forskningsprojekt perfekt til min opfattelse af salg, fordi salg bliver betragtet som et fag. Nogle af vores medarbejdere har været sælgere i 30 år uden behov for træning. De har gjort det godt, og de har bygget vores succes. Men hvis du ikke udvikler dig, står du stille."

"Det der SalgsScoreCard trykkede mig virkelig på maven"

Thomas Vilmar læste om SalgsScoreCard på LinkedIn, og tog straks testen. "Jeg er generelt interesseret i salg, og mener, at salg er noget, man konstant skal udvikle. Måske var det tid at skifte til en 3-3-4 opstilling på banen, en ny taktik i maskinrummet og nogle nye øvelser til træning?"

Testen trykkede mig så meget på maven, at jeg fik lyst til, at nogen udfordrede både mig og resten af organisationen. Noget af det gode ved SalgsScoreCard er, at det inddrager alle i virksomheden, og at det er baseret på folks egne holdninger."

At se salg som et fag havde en appel, som gjorde mig nysgerrig, fordi det passer enormt godt til min model af salg."

Processen har udløst en helt ny feedback-kultur

"Det er altid spændende at tale om sig selv. Her skulle medarbejderne også lytte til hinandens meninger. Mange ting afhænger af, hvem der ser. Derfor kræver udveksling af feedback åbenhed og gensidig tillid. Især vores forskellighed har faciliteret, at vi har fået en ny måde at tale sammen på. Vi har brugt salgsdiagnosen til at måle os op mod konkurrenterne, og til at se ind i vores organisation og måden, vi arbejder på. Service er ikke bare flyttet ud i salget

– men ud på alle pladser. Jeg kan bedst forklare det ved at sige, at folk har fundet sig selv, hinanden og organisationen."

Det har stor effekt, når en ekstern faciliterer processen og serverer sandheder, vi ikke kan sætte spørgsmålstejn ved."

"Vi skal gøre vores kunder bedre"

"Kunderne skal have en god oplevelse hver gang, de er i kontakt med os. Så lagermanden og receptionisten er også en del af salget. Det gør kunden tryk, og det giver kunden en oplevelse af at være værdsat. På sigt forplanter gode oplevelser sig til gode beslutninger, som gør vores kunder mere konkurrencedygtige."

Sammen med Carsten Rothmann har vi fået taget temperaturen på vores salg. Et øjebliksbillede, som viser vejen. Vi tror på det, og vi er meget motiverede for at følge op, så vi sikrer varig udvikling og vækst"

Med styrket rådgivning, og service på alle kontaktpunkter i kunderejsen, gør vi kunderne mere konkurrencedygtige."

Måske skulle vi skifte til en 3-3-4 opstilling?

Løsning: Salgsdiagnose via SalgsScoreCard

Udbytte: Mere rådgivende sælgere, større fælles forståelse, bedre feedback-kultur og mere konkurrencedygtige kunder