CASE
Abena Privat

Antal medarbejdere: 400
Branche: Rengøring, værnemidler, affaldsløsninger, inkontinens- og plejeprodukter
Etableret: 1953

Interview med Jens Rønn Olesen, Divisionsdirektør for Abena Privat

"Vores spilsystem spiller alle gode"

"For fire år siden gik vi fra nul kundeindsigt til kæmpe AHA-oplevelse efter den første kundetilfredshedsanalyse. Nu, mange målinger senere, er både interne og eksterne analyser blevet en del af vores DNA."

"Det er ikke resultatet af den enkelte analyse, der er interessant, men forskellighederne. De er nemlig pejlemærker, der konstant viser vejen."

"Styr på grundtrin før vi bygger mere på"

For fire år siden formulerede Abena Privat en vækstplan inklusive tidsplan. "Vi er stadig 100% tro mod planen men ikke tidslinjen. Simpelthen for at være tro mod os selv. Adopteringsgraden af organisatoriske ændringer er vigtigere end hastigheden, så et par gange har vi trykket på pauseknappen for at træne de nye grundtrin, før vi byggede et nyt lag på.

Fra C-TURNs nye input bliver implementeret til de er hverdag går der tid, og vi har hele vejen holdt øje med organisationens temperatur for at sikre, vi ikke forhastede os."

> "Nogle er tilfredse med at kunne stille et hold, men vi har fokus på spilsystemet og samspillet, så alle kender deres rolle, og bliver spillet gode. På den måde sikrer vi rette ekspertise på rette sted."

> "De 7 salgsdyder har 7-doblet bundlinjen"

> "Vores analyser er blevet pejlemærker, der bidrager positivt til vores forretning på tværs af organisationen, og det giver både mening og sammenhængskraft."

"Matcher kundernes opfattelse vores egen?"

"Vores interne kundeindsigtsanalyser scorer højere end nogensinde før. Medarbejderne forstår deres rolle, organisationens samspil og værdien af salgsdyderne. Og jeg er sikker på, vi kan takke god timing for, at medarbejderne oplever, Abena Privat står et rigtig godt sted.

Kunderne svarer ikke helt det samme, men det er der heldigvis forklaringer på. Dels har vi ændret analysens format undervejs, men især har det indflydelse, hvor hurtigt det er muligt at ændre en ekstern opfattelse. For kunderne har en hverdag og omverden, hvor Abena ikke nødvendigvis er top-of-mind konstant, mens medarbejderne dagligt tænker på deres arbejde."

Rette ekspertise på rette sted

Jens Rønn har haft stort fokus på, hvad der er vigtigt for virksomhedens eksekveringskraft. "Det allervigtigste er, at hver medarbejder ved præcis, hvad de skal gøre. Så det har vi trænet. Vores hold var i forvejen stærkt, så spørgsmålet var, hvordan vi kunne gøre det endnu stærkere. Svaret blev træning for hele vores division. Med udgangspunkt i reelle cases fra hverdagen er alle blevet endnu bedre til at skabe værdi for vores kunder, og har fået en tydelig forståelse for, hvorfor alles bidrag er vigtigt."

"Glade medarbejdere smitter af på kultur og kunder"

At være et stærkt og sammenspillet hold giver værdi også målt på trivsel. Medarbejderne har fået en stærkere udstråling, og de er blevet mere proaktive. Den øgede medarbejdertilfredshed tillægger jeg den kraft, der er i den fælles forståelse, vi har skabt. Blandt andet ved at klæde ledelsen på til at gå forrest, så medarbejderne har haft rollemodeller at spejle sig i."

> "Næste skridt bliver at kigge på, hvilken kundetype Abena matcher bedst med. Vi kigger naturligvis på hårde fakta men også på, hvilke typer kunder vi gerne vil udvikle os sammen med."

Løsning: Salgsdiagnose, Effektmåling, Kundeindsigtsanalyser, Kunderejse, Kundesegmentering, Dilemma- og adfærdstræning
Udbytte: 7-dobling af bundlinjen

ABENA

C-TURN
Cutting-edge Commercial Change (+45) 23 35 30 32 ▪ hello@c-turn.dk

C-TURN Customised Consulting