

zehnder

SPIN[®] Bidrager Til At Skabe Et Kundecentreret Klima For Zehnder

Zehnder

Zehnder er på en konstant forbedringsrejse funderet på innovation og solid teknologi, som resulterer i stolthed over produkterne, en misundelsesværdig moral hos medarbejderne- og frem for alt - en position som førende på deres område.

Opfindsomheden i og designet af deres produkter og services er bemærkelsesværdigt. Fortræffelighederne omkring kontrolleret indendørs ventilation og varmeveksling er salgstyrkens trygge samtaleemne, når de mødes med kunderne. Men passer det med de krav kunderne stiller i dag? Kan kunden se den store værdi af produkter og services i sig selv?

Skønheden, eller i dette tilfælde værdien, afhænger af øjnene, der ser. Så sælgeren skal se situationen med køberens øjne, hvis der skal kunne være en troværdig dialog mellem dem. Når Zehnder sælgerne havde værdibaserede samtaler med kunderne, var besøgene meget mere vellykkede. Zehnder ønskede, at kundeoplevelsen skulle være udgangspunktet for produktcyklussen og forventede, at kunderne havde en dyb forståelse for værdien af selve produktudviklingen, kommunikationen, prisstrukturen, salget og købsoplevelsen i sin helhed.

For at tilskynde deres folk til at være mere kundeorienterede blev kravet om et 'Value Proposition' introduceret i salgsprocessen. Umiddelbart lyder det enkelt at skabe et overbevisende Value Proposition, men uden en grundig viden om kunden, hvordan kan man så vide, om et Value Proposition er overbevisende for den vi møder - eller for den sags skyld for andre i beslutningsteamet? Zehnder fandt frem til, at de havde brug for en alternativ salgsmetode, der kunne hjælpe dem til at realisere deres mål.

Zehnder henvendte sig til Huthwaite International for at få hjælp og tilrettelagde et pilotprogram for ledelsesteamet for at vurdere, om SPIN® Suite var velegnet. Dr Jean-Marie Schmid, Head of Group Marketing hos Zehnder, forklarer: "Vi kunne se, hvordan SPIN® ville være en komplet forandringsrejse for os, en livsændrende oplevelse, ikke et 'quick fix'. Som SPIN® også lærer os, ville det ikke være noget, vi blot kunne overlade til sælgerne selv - vi måtte samarbejde tæt med vores folk, så de kunne se, at SPIN® er som en ven for dem."

Udstyret med kompetencerne til at vise deres SPIN® færdigheder opnåede ledelsen en overvældende accept fra sælgerne – langt de fleste ønskede frivilligt at deltage i salgstræningen.

Efter træningen er SPIN® nu en naturlig del af dagligdagen.

Første tegn på afkast af investeringen i træning

Efterhånden som SPIN® er indarbejdet hos sælgerne hos Zehnder, er de første resultater - på flere måder - positive. For eksempel er salgsprocessen nu kortere både når der opnås 'Salg' og 'Intet salg'. Det kan være vanskeligt at træffe beslutningen om at satse på et salg eller at opgive det. Men når man har de værktøjer, der skal til for at vurdere et salgs levedygtighed, kan det være betryggende og i nogle tilfælde ganske befriende. For slet ikke at nævne fordelene ved langt mere effektiv allokering af tid og ressourcer.

Ikke al Zehnders salg sker direkte. Forhandlere og mellemed som arkitekter og bygningsteknikere arbejder tæt sammen med sælgerne. Når sælgerne anvender SPIN® hos deres partnere, begynder de at se den fulde værdi i samarbejdet med Zehnder, hvilket igen giver partnerne større sikkerhed til at kommunikere de virkelige fordele ved Zehnders produkter og services til deres kunder.

Bedre kommunikation standser ikke hos partnere eller kunder. SPIN® som fælles salgssprog og -proces viser sig effektivt på tværs af landegrænser - også i Zehnder. Kommentarer som praktisk, enkelt, evidensbaseret, målbart og kundefokus blev gentagne gange opfanget på et nyligt Zehnder salgsmøde.

Et tidligt bevis på afkast af træningsinvesteringen er jo meget godt - men hvordan kan det fastholdes?

En varig adfærdsændring

“Der er kun én mulighed for at få succes med SPIN® - at salgslederne selv anvender SPIN® fra A til Å - går forrest og viser SPIN® i hverdagens interaktioner,” siger Schmid.

“Coaching er meget vigtigt. Salgscheferne skal vise, at de sidder på førersædet, både ved at anvende SPIN® og støtte salgfolkene gennem coaching. For at opnå maksimal anvendelse skal de være gode coaches. Hvordan kan du coache dine folk uden selv at anvende SPIN®?”

Eén ting er alle enige om, nemlig at uden coaching opnås den langsigtede forankring af de nye færdigheder simpelthen ikke.

Den oplevede værdi af SPIN®

Både sælger og køber mærker fordelene ved en mere konsultativ samtale. Schmid forklarer “Sælgerne lærer, hvordan de skal lytte til kunderne for at øge deres forståelse af deres krav ved at stille spørgsmål, komme helt ind til kernen med kunden ved at dykke ned i deres udfordringer. Vi føler, at kunderne værdsætter og byder disse samtaler velkommen, og vi får dem med ombord. En dybere forståelse for kunden får sælgeren tættere på dem og er med til at forkorte salgscyklussen.”

Sådan blev SPIN® præsenteret på en Zehnder konference for nylig:

Verdens mest validerede salgs-succesmodel, SPIN® er kernen i det konsultative B2B-salg. Det omfatter: den adfærd, der anvendes til effektiv afdækning og udvikling af kundebehov, at opbygge kundeværdi og konkurrencemæssig differentiering, minimere indvendinger og at kunne udtrykke ‘Værdi-statement’ med anseelig positiv indvirkning.

Se det er et ‘Value Proposition’!



Sælgerne lærer, hvordan de virkelig skal lytte til kunderne for at øge forståelsen for deres krav ved at stille spørgsmål, og at komme helt ind til kernen med kunden ved at dykke ned i deres udfordringer. Vi føler, at kunderne værdsætter og byder disse samtaler velkommen, og vi får dem med om-bord. At opnå en dybere forståelse for kunden får sælgeren tættere på dem og er med til at forkorte salgscyklussen.

Dr Jean-Marie Schmid, Head of Group Marketing, Zehnder



Huthwaite[®]
International



@Huthwaite_Intl



huthwaite-international



TheHuthwaiteGroup

Hooper House
Wentworth
South Yorkshire
S62 7SA
United Kingdom

Tel: +44 (0)1709 710 081

Email: enquiries@huthwaiteinternational.com

Huthwaite International

Change Behaviour. Change Results.™