

AFFLUENCE

ADVISER PARTNER | *The Sales Expansion Company* | AFFLUENCE, N°15

ATT BLI BÄTTRE ÄR DEN BÄSTA
MEDICINEN MOT ATT BLI SÄMRE

HUR RÄTT UTBILDNING ÖKAR
DINA SÄLJARES KOMPETENS



TEMA: *Bättre vs Sämre*

Affluence [iæfluəns]: Sudden peaks of income

En plötslig brant tillströmning av intäkter

Affluence är ett tillstånd som en person, grupp eller ett företag kan befinna sig i under kortare eller längre perioder beroende på om korrekt formel för tillståndet används.

AFFLUENCE
FAKTA

AFFLUENCE

›VAD ÄR AFFLUENCE?

Affluence är en kundtidning från Adviser Partner.
Ansvarig utgivare: Jonas Olofsson.

›KONTAKT

JONAS OLOFSSON
CEO,
Adviser Partner

E-MAIL: jonas.olofsson@adviser-partner.se

WEBBADRESS: www.adviser-partner.se

VAD HÄNDER DEN DAGEN KRISEN KOMMER NÄSTA GÅNG?

Hur du blir robust och växer när andra går under

Det går fort nu. Inte i alla branscher. Inte lika fort överallt. Men fortare än vad vi någonsin sett tidigare. Vad är det vi pratar om? Den utrotningshotade säljaren såklart! Tänk om det blir så att en säljare är något våra barn hört talas om när de växt upp, men aldrig stött på i det verkliga livet...?

Kris måste vara ett de mest sönderanvända orden för tillfället. Att krisen är här råder det ingen tvekan om men kom ihåg följande: det kommer att komma fler kriser, både mindre hemska och värre än den här. För så är livets cykel, vad som skapas ska rivs ner och förstöras för att återuppstå och om och om igen... Nej det är inte någon frikyrklig text du nu läser utan en krass observation av en av universums orubbliga grundprinciper. Så frågan är, hur kan vi använda oss av den insikten till vår fördel?

Endast den förberedde överlever!

Att vara robust är första steget till att inte gå under när något dåligt händer. Ett robust företag står emot den första, andra och kanske tredje tryckvågen. Att vara robust innebär inte att man som företag, varje år "satt allt på rött" i sitt virtuella ekonomiska kasino, utan att man istället har byggt upp sitt beredskapslager, det som det aktuella bolaget behöver för att överleva när mattan dras undan fötterna.

Det är dyrt att bygga upp ett beredskapslager i ett land där skatter, avgifter och hög administration kostar pengar, tid och resurser. Men vad är alternativet? "Endast den förberedde överlever" sa de till oss under vår militär-tjänstgöring, ett råd som den svenska militären inte verkar ha tagit själv men som det ligger mycket sanning i naturligtvis. Att ha beredskap, redo och innan krisen slår till, ökar ett företags överlevnad med så många procent att det knappt går att räkna på!

När vi är robusta, så kan vi börja tänka på nivån ovanför: hur ska vi förbereda vårt företag, så när nästa kris slår till, så har vi redan en plan för hur vi ska ta ytterligare marknadsandelar? Den här sortens tänkande kräver mer

än vad kvartalsekonomin ger utrymme för och det är lätt att försvara sig med att vi inte vet hur nästa kris kommer att se ut. Men båda synpunkterna är felaktiga. Att planera strategiskt, det vill säga + 12 månader och kanske 5-10 år framåt, är varje lednings arbetsuppgift, oavsett hur bonus-systemet är utformat.

Och med den horisonten framför sig, så ryms det fler än en kris. Och nästa kris, oavsett utseende, kommer att kunna hanteras av Kris-formeln den också. Och den formeln bör varje försäljningschef och ledning lära sig, redan idag!

Kör så det ryker.



Jonas Olofsson



Jonas Olofsson | ANSVARIG UTGIVARE

PS. Kom ihåg att du kan ladda ner tidigare nummer av Affluence på vår hemsida!

ATT BLI BÄTTRE ÄR DEN BÄSTA MEDICINEN

*-Eller varför sämre är det normala,
och bättre något unikt*

Det verkar hända något med många av oss efter en viss ålder. När den åldern är och när det sker, varierar från person till person, men om man inte är vaksam, kan det drabba vem som helst av oss. För den dagen, en person slutar att vilja bli bättre, är också samma dag då personen sakta men säkert blir lite sämre. För hur kommer det sig att en läkare med betydligt färre års erfarenhet, oftare är bättre än en läkare med riktigt lång erfarenhet?

Ovanstående påstående, om läkaren, är hämtat från boken "Peak, Vetenskapen om att bli bättre på nästan allt", skriven av den svenska forskaren K. Anders Ericsson. Boken är en fantastisk sammanfattning av ett (nästan) livsverk av forskning för att förstå exakt vad man ska göra för att bli bättre och bli skickligare, oavsett område eller inriktning. Kort sagt: hur blir en person mer kompetent, inom valt område?

Vad som framkommer gång på gång är att det gamla uttrycket "use-it-or-lose-it" inte kommit till av en slump utan snarare summerar allt som finns att veta om hur hjärnan och kroppen fungerar. Antingen så använder du dina förmågor som du har, för att ens kunna behålla dem... eller så använder du inte dina förmågor och sakta men säkert så kommer de att försvinna... Hjärnan och kroppen tenderar bara att behålla det som är absolut nödvändigt i det dagliga livet och allt annat, överflödigt, gör sig kroppen och hjärnan av med. På gott och ont.

Exemplet med läkaren sätter fingret på något som många av oss "vet" men kanske inte kunnat bevisa. En relativt nyexaminerad läkare, med säg 5-10 års arbetserfarenhet, minns mer av vad han eller hon, lärde sig under sin läkarutbildning och har nu "lagom" erfarenhet, än vad en läkare som genomförde sin utbildning för 30-35 år sedan minns. För även om den

GOOD

ATT BLI BÄTTRE ÄR DEN BÄSTA MEDICINEN MOT ATT BLI SÄMRE

NEN MOT ATT BLI SÄMRE

BAD

Att göra samma sak,
om och om igen, gör
endast att personen
bibehåller sin kunskap



längre erfarenheten, på pappret borde göra att läkaren kan mer, så har det omvända i praktiken hänt. Läkaren har (många gånger men såklart inte i alla fall i hela världen) stannat inom sin bekvämlighetszon, gjort det som läkaren tyckt sig vara bra på, vilket inneburit att läkaren tappat många av sina förmågor eller kunskaper på områden som läkaren inte använt sig av, eller använt sig av väldigt infrekvent.

Kort sagt, den kunskap som läkaren inte använts sig utav... ”use it”... har förlorats över tiden... ”loose it” vilket innebär att den äldre läkaren, faktiskt är sämre än den yngre. Är det som att svära i kyrkan att skriva det vi just skrev? Ja, många skulle uppleva det som direkt provocerande att läsa en sådan sak, men kom ihåg, att känna sig provocerade är en känsla och känslor direkt reflekterar hur ditt system för moral och etik är uppsatt, oftast baserat på uppfostran och inläring.

Att säga att någon som arbetat länge, med samma sak, är sämre i sitt utförande, än vad en som arbetat kortare, strider mot vad många oss fått lära oss sedan barnsben. Men forskningen är entydig här: om inte kunskap används, så försvinner den!

DET BLIR VÄRRE

För vad som är än värre är följande: att göra samma sak, om och om igen, inom den ram där personen endast gör vad denne redan kan, gör inte personen nödvändigtvis bättre på något sätt! Att göra samma sak, om och om igen, gör endast att personen bibehåller sin kunskap.

Undantaget är såklart de första två-tre åren då utvecklingskurvan pekar brant uppåt. Men efter den relativt korta perioden under ett arbetsliv, planar det ut. Och det rejält. För att fortsätta göra det en person redan kan, bibehåller endast kunskap och beteende. Men det förbättrar inte något av det.

Ett exempel på detta är en person som ska lära sig spela tennis i vuxen ålder. Efter en trevande start så tar personen in en egen tränare som under sex månader, varje vecka, tränar personen och noggrant hjälper denne att utveckla sin teknik. Personen blir nu bättre under överseende från tränaren. Och personen blir bättre därför att personen, tack vare tränaren, nu tvingas utanför sin bekvämlighetszon och gör nya saker, på nytt sätt, som personen inte gjort tidigare. Förbättring sker och alla ropar halleluja!



En säljare som hamnar i sin bekvämlighetszon kommer att göra de saker denne är bekväm med, om och om igen.

Men nu händer tyvärr det som ofta händer. Personen drar slutsatsen att han nu, på egen hand, genom att spela själv, kan fortsätta sin utveckling. Och det som nu sker, är att personen, om och om igen gör samma sak på banan. I ett år, i två år, i tio år. Begrunda detta en gång till. Gör samma sak, om och om igen, över en lång period! Och att göra samma sak som tidigare, utan att få sin spelteknik utvärderad eller utmanad, gör inte en person bättre, bara jämnare. För om man gör det man redan kan, oavsett hur många gånger det görs, på vilket sätt utmanar det systemet till att förbättras?

Skillnaden mellan hög och låg prestation, jämnas ut över tid genom att repetera samma beteende om och om igen. Men förbättringen är marginell i bästa fall. Och tyvärr är det inte ovanligt, att över tid bli en sämre spelare! Om den tiden är tre, fem eller tio år är såklart olika för olika personer. Men det är inte ett okänt fenomen på något sätt. Tvärtom om är det högst vanligt. Varför då? För att personen nu har glömt bort, en del av det som tränaren en gång i tiden, lärde personen, saker som personen inte använt regelbundet. Och vad händer med sådant som inte används...? Det har nu försvunnit.

USE-IT-OR-LOOSE-IT I EN SÄLJORGANISATION

Om vi istället tar ett steg tillbaka, och studerar resultatet av Ericssons forskning, där ovanstående är en av hans slutsatser och accepterar att det ibland inte är som vi vill att det ska vara utan att sant är sant därför att det på ett korrekt sätt beskriver verkligheten, så kan vi se hur vi kan använda den här kunskapen när vi applicerar den på vår egen säljorganisation, för visst finns det likheter i beteende här? Eller är det så, att alla säljare som arbetar länge, blir bättre för varje år? Eller att de som jobbat längst, automatiskt är de som är bäst? Det är långt ifrån alltid vår erfarenhet när vi arbetar med säljorganisationer.

En säljare som arbetat länge, med samma sak, kommer att tappa förmågor han eller hon inte använder sig av under en längre period, precis som läkaren eller tennisspelaren. Det är ingen skillnad vem eller vad vi tittar på eftersom kunskap och förmågor följer samma mönster, oavsett område.

En säljare som hamnar i sin bekvämlighetszon (och ärligt talat, vem gör inte det utan ett program som motverkar det beteendet), kommer att göra



de saker denne är bekväm med, om och om igen. Och i avsaknad av ett program för utveckling och förbättring, så kommer ”de obekväma sakerna”, göras mindre och mindre ofta...vilket leder till att kunskapen och förmågan att göra ”de obekväma sakerna”...minskar och minskar och minskar och...till slut inte längre finns kvar...

I ekvationen bör också läggas till att en person, tenderar att göra mindre och mindre ”nytt” och mer och mer ”samma sak”, ju äldre vi blir. Det gäller inte alla, men helt klart de flesta människor. Vi kan alla se hur våra föräldrar som blir äldre och äldre och ändrar sina beteenden över tid och blir mer ”försiktiga”, vilket i praktiken innebär att färre olika saker görs... varför den totala kompetensen och kunskapen minskar och minskar. Och att förstå att detta är ett vanligt mönster, är första steget till att ändra det.

För att säga som det är: många säljare blir sämre över tid! Och det är ett rejält problem som ingen pratar om!

KOMPETENS ÄR VÅR VALUTA

Den egentliga valutan i ett samhälle är kompetens. Kompetens bygger på kunskap, och kunskap definierar vi som ”att kunna göra och få önskade resultat.” En person med kunskap, kan nå nivån ovanför, kompetens, om denne använder kunskapen på rätt sätt. Att ha kunskap, dvs att kunna göra med önskat resultat, är långt ifrån en garanti att personen verkligen använder sig av kunskapen. Med samma kunskap kan en person både vara kompetent och inkompetent. Snurritg? Häng med!

Kompetens definierar vi som ”att göra det man gör medan man gör det” dvs. en person som är ”här-och-nu”, i närvarande tid och med total uppmärksamhet på det personen gör, är en kompetent person. Personen

demonstrerar kompetens genom att använda sin kunskap till att få önskade resultat. Om och om igen. En kompetent säljare säljer mycket.

Kompetens är således att använda sig av sin kunskap fullt ut! Inte en del av den, inte medan personen gör eller tänker på något annat. Utan fullt ut, här och nu, i närvarande tid! För visst händer det något nästan magiskt, när tiden stannar upp, och man är i den berömda zonen, och bara göra rätt, utan att tänka eller fundera?

Så, först kommer kunskapen, och sedan genom gedigen och frekvent träning, kan ytterligare kompetens tillföras för att göra personen ännu bättre, och inte bara bättre vid något enstaka tillfälle, utan varje gång personen utför just det momentet. En kompetent person, överlever bättre i ett samhälle och en kompetent person har större möjligheter, att nå sina mål. Kompetens blir därför den valuta som vi söker och betalar bra för när vi hittar den!

Utän att förta den inverkan som slump, tillfälligheter, tur och ”rätt kontakter” kan ha, så är kompetens något som mer än något annat, kännetecknar de som lyckas med vad personerna företar sig. Riktig kompetens är underskattat av samhället och förminskas ofta som faktor av inkompetenta människor. Kompetens är den egentliga valutan som personer bedöms och ersätts för, även om det finns människor som tar sig fram på att snick-snacka, ljuga, känna rätt personer, säga ”rätt” saker eller andra varianter av sol-och-vårande inom näringslivet.

Ett sant sätt att se det hela på är följande: kompetens är den samlande genuina faktorn som kännetecknar en högpresterare! Oavsett yrke.

Att bli bättre är därför din bästa försäkring mot att inte bli sämre!

ATT BLI BÄTTRE ÄR DEN BÄSTA MEDICINEN FAKTA

- Minnet behåller det minnet använder sig utav
- Över tid tenderar vi att begränsa vår trygghets-zon
- Genom att göra färre saker, blir vår totala kunskap, mindre
- Minnet och förmågan kan alltid förbättras, oavsett nuläge

ATT BLI BÄTTRE ÄR DEN BÄSTA MEDICINEN VERKTYG

- Lansera och befast idéen om att det är viktigt att bli lite bättre hela tiden
- Låt den idéen sprida sig inom alla avdelningar på ditt företag
- Förstå att en konkurrensutsatt bransch behöver mer, inte mindre, kompetensutveckling
- Belöna, betala, coacha och sök alltid efter hög kompetens, dvs förmågan att skapa rätt resultat om och om igen



Att kontinuerligt utbilda sig
är nödvändigt för att kunna
presteras högre och bättre

HUR RÄTT UTBILDNING ÖKAR DINA SÄLJARES KOMPETENS

- Vill du ha högre resultat, krävs det högre kompetens och inget annat

Att kontinuerligt utbilda sig för att kunna prestera högre och bättre är långt ifrån en idé som alla har. Ytterligare utbildning, från det att någon börjat arbeta, ses som "vidareutbildning", något som är bra att ha i sitt CV för att kunna charma någon ny arbetsgivare. Men utbildning för att öka sin kompetens och för att sedan direkt kunna omsätta det i högre och mer lönsam försäljning, det är något helt annat!



UTBILDNINGENS TRE DELAR

Att öka sin kompetens, sin förmåga att skapa högre, önskade resultat, blir därför något att sträva efter, från första till sista dagen i livet. Och det är där utbildning kommer in. Utbildning som ger högre kompetens, kräver mer än bara "utbildning". Eftersom vi alla har gått i skolan så blandar vi ofta ihop "utbildning" med "skolan", och då kan det bli heltokigt.

Utbildning och skola, är två helt väsensskilda saker som inte längre betyder samma sak, vilket naturligtvis är att likna vid en grekisk tragedi men inte mindre sant för det. För vad skolan blivit, är snudd på motsatsen till vad utbildning är. Skolans roll (enligt myndigheten) är att göra dig till en lydig medborgare som tycker "rätt saker". Kunskap (som vi definierar den) att använda sig utav, är högst sekundärt om ens det. Kunskap är förmågan att kunna göra med rätt resultat! Inte komma ihåg saker som jag inte har en aning om hur jag sedan ska använda mig utav.

Riktig utbildning tar inte hänsyn till sådant (som att göra dig lydig och säga rätt saker) utan gör dig istället till en positivt, kritiskt tänkande individ med egen förmåga att dra slutsatser med logik som första verktyg och sanningen som det enda orubbliga. Inte riktigt samma sak...

Utbildning som ger högre kompetens, kräver minst tre avgörande delar som binds ihop av en viktig princip. Och denna princip är för de flesta helt okänd, men håll ut, vi kommer till det inom kort...

Den första delen är det teoretiska innehållet. Eftersom en teori är en beskrivning av verkligheten som fungerar och ger resultat, till skillnad från en hypotes som är en något att testa och utvärdera för att se om det fungerar eller ej, behöver en teori, för att vara en teori, vara helt sann. När en teoretisk modell, används, behöver den fungera och ge resultat. Om och om igen. En teori kan förbättras, dvs man kan upptäcka något som fungerar än bättre och med högre precision, men för att ens vara en teori så ska det ge resultat!

Det finns teorier om allt möjligt naturligtvis, men om vi använder resonemanget inom försäljningen, så behöver teorin om försäljning, fungera. Teorin om försäljning ska därför ge hög och högre försäljning, än tidigare, för att kvalificera som en del i en utbildning. Och Adviser Partner, behåller till fullo, teorin om försäljning.

Nästa del i en utbildning är träningsmomentet. Att lyssna sig till kunskap, fungerar inte! Det är inte så att det fungerar dåligt, det fungerar inte alls

HING

Att öka sin kompetens, sin förmåga att skapa högre, önskade resultat, blir därför något att sträva efter, från första till sista dagen i livet.



om syftet med utbildningen är att få ny kunskap! Och kom ihåg att kunskap, är här, förmågan att göra med önskat resultat. För att kunskap ska fastna och fungera, behöver den tränas och användas. I praktiken betyder det workshops där ny teori sätts in i ett sammanhang, reflekteras över, används i säljspel, utvecklas till nästa steg så att teorin blir "min", utsätts för kritiskt tänkande... "vad betyder teorin i vårt aktuella företag och i praktiken, hur kan vi använda oss av den"?

Den typen av mentalt utmanande och utmattande aktivitet, krävs för att kunskap ska ha en chans att fastna! Och just här ger många upp! För det är jobbigt och obekvämt många gånger att lära sig ny, riktig kunskap! Men säg något som är värt att ha men som inte kräver någon ansträngning?

Att träna är jobbigt och är det inte jobbigt så är det högst troligen inte träning! Faktum är din hjärna och dina muskler eller dina lungor fungerar exakt likadant: ju mer ansträngande, desto bättre tränings effekt. Att säljträna, utan att bli

mentalt och fysiskt utmanad och utmattad, är att göra det man redan kan. Och om du gör det du redan kan, hur mycket bättre blir du då?

Svaret är självklart men låt oss vara övertydliga här: Du blir inte bättre på något sätt! Du förspiller däremot din tid. Och den får du aldrig tillbaka. All träning måste därför utmana "systemet" på något sätt för att ge förbättrade resultat!



Och till sist den tredje delen i all fungerande utbildning: verifiering eller test. Om du inte har ett test framför dig, så kommer du inte "studera" lika bra. Ett test eller verifiering av kunskap är den tredje nyckeln till mer kunskap och i förlängningen, högre kompetens. Men förstå att verifiering av kunskap, inom försäljning, ytterst handlar om att sätta upp säljmål, och sedan nå dem.

En säljare med mer kunskap, kommer att sälja mer över tid. Och det är den yttersta verifieringen som finns. Fastna inte i en akademisk synpunkt på verifiering och test. Även om både skriftliga →



Övervakad träning
ger högre resultat

och praktiska test av säljutbildningar, kan ha sitt berättigande, så får det aldrig trumfa eller vara viktigare än vad hög och ännu högre försäljning är. För det är ju vad allt handlar om till synes sist. Som sagt...en kompetent säljare säljer mycket, oftast är det inte svårare än så.

Vad vi har nu är det tre fundamenten inom effektiv och väl fungerande utbildning: rätt teori, hård träning och verifiering av resultat. Nu behöver vi förstå en viktig princip för att få det hela att fungera optimalt.



beteendet, om och om igen, så kommer du som säljare att bli bättre på...att göra fel!

Övervakad träning förhindrar sådant, och genom att övervaka säljarens träning av invändningar, kan tränaren, ge direkt feedback när säljaren gör rätt eller fel. Genom att ge direkt feedback, kommer tiden läggas på att göra rätt saker, rätt. Och inte fel saker, rätt! Skillnaden i faktiskt resultat och utfall av sådan träning är naturligtvis enorm. Det är skillnaden på 100-tals procent i försäljning!

Faktum är att övervakad träning är skillnaden mellan medioker och toppklass, om vi

ÖVERVAKAD TRÄNING GER HÖGRE RESULTAT

Om vi lämnar teorin och verifieringen åt sidan för en stund, och tittar på den faktiska träningen, så visar K. Anders Ericsson i sin bok "Peak, Vetenskapen om att bli bättre på nästan allt", som baseras på hans mångåriga forskning, att övervakad träning ger överlägset bäst effekt. Övervakad träning betyder att merparten av träningen, sker med en coach eller tränare, vid sin sida, som ger input och feedback till personen, så att rätt beteende förstärks och säkerställer att inte fel beteende, av misstag tränas in, om och om igen.

För om du som säljare, tränar t.ex. invändningshantering, något som alltför få säljare någonsin tar på allvar och lär sig genom hård träning, men du, när du tränar, gör fel dvs du hanterar inte invändningarna på det sätt som fungerar bäst utan använder dig av någon variant som inte är speciellt effektiv, så tränar du nu in ett felaktigt beteende. Och tränar du in det

ser till hur en säljare presterar. Vi repeterar det påstående för att det är så viktigt, och så sant, att det kan behövas upprepas för att fullt ut sjunka in. En medioker säljare, kan genom övervakad träning, gå från att vara medioker i sin försäljning, till att bli en toppsäljare. En bra säljare är inte något exklusivt för de som föds till det.

En bra säljare kan nästan alla bli och en toppsäljare är inom räckhåll för merparten av de säljare som tränar regelbundet! Och en säljare som tränar med full insikt att det är kompetens som ska öka, lär sig såklart mer! Mycket mer!

Problemet är att allt för få säljorganisationer har förstått vikten av träning. Allt handlar om att vilja bli bättre, hela tiden och för varje år som går. För vad händer om dina säljare inte kontinuerligt blir bättre?

HUR RÄTT UTBILDNING ÖKAR... FAKTA

- För att kunna utbilda effektivt, måste "utbildning" definieras korrekt först
- Utbildning är något många kan ha "dålig erfarenhet ifrån", främst från sin uppväxt
- Att coacha och ge feedback under träning och match, ger betydligt bättre resultat
- I princip alla, kan bli bättre och bra på det de företar sig, med rätt träning

HUR RÄTT UTBILDNING ÖKAR... VERKTYG

- Förklara vad utbildning är, hur det genomförs och vilket resultat det ska ge, till hela säljorganisationen
- Skapa enkla spel och utmaningar, både individuellt och i grupp, för att öka intresset för utbildning
- Träna regelbundet och inte vid enstaka tillfällen, precis som när du tränar på gymmet eller löptränar
- Utveckla träningen till att både var generisk men också över tid, individuellt anpassad till varje säljare för bästa resultat

SUCCESS STORIES



Conny Vesterlund, Sales Director och en av grundarna |
OFFICE MANAGEMENT VISUAL COMMUNICATION AB

OFFICE MANAGEMENT VISUAL COMMUNICATION AB

Office Management Visual Communication AB är ett företag specialiserat på videokonferenstjänster och mötesteknik. Vi har sedan starten 2003 alltid haft som målsättning att vara det självklara valet av leverantör på den nordiska marknaden. Det som särskiljer oss är att vi har många medarbetare inom både sälj och support som varit med länge. Det gör att vi har erfarenheten och kompetensen att som en av få aktörer, drifva en global videotjänst i egen regi. Våra kunder vill jobba med leverantörer som driver marknaden framåt, hittar nya idéer och integrationer som leder till affärsnytta. Det är en av anledningarna till att vi är marknadsledande inom vår bransch. Vår strävan efter att alltid utvecklas och samtidigt behålla vår marknadsledande position ställer höga krav på säljorganisationen vilket har gjort att vi valt att inleda ett samarbete med Adviser Partner. Samarbetet har varit långt över förväntan och vi har på relativt kort tid sett både en ökad försäljning samt ett nöjdare kundindex. I stort sett hela organisationen och även vår mest erfarna personal har lyckats förändra sina beteenden till det bättre och samtidigt bli mer inspirerade i sin yrkesroll. Detta har vi Adviser Partner att tacka för!

Conny Vesterlund
Office Management Visual Communication AB
Sales Director och en av grundarna



Fredrik Heleander, VD | BOO ENERGI

BOO ENERGI

Nu i maj fyller Boo Energi 100 år och genom alla år har en genuint bra och nära service fått oss att växa i volym, antal kunder och i kundomdöme. Inom våra områden elnät, försäljning och entreprenad är kunskapen och trovärdigheten stor. Utbudet av tjänster vi tagit fram, inom framför allt elhandel, är stort och vi har bra koncept för i princip alla kundprofiler. Nu vill vi få spinn off på allt kundpositivt vi tagit fram vilket gjorde att vi påbörjat samarbetet med Adviser Partner. Genom samarbetet har vi fått rätt vägledning så att vi genom grupparbeten förtydligat våra erbjudanden, fått bättre kontroll på våra kundkategorier samt fått en bättre struktur i våra kundkontakter. Resultatet är en mer precis analys av våra kunder i mötet vilket leder till att vi kan presentera den lösning som passar just deras behov bäst.

Fredrik Heleander
Boo Energi
VD

*"Compare yourself to who you were yesterday,
not to who someone else is today."*

Jordan B. Peterson – psykolog och författare

