

Succesroute naar structurele winstverbetering

Twee jaar op rij een hoogste positie in de categorie "Salesadvies en Salestraining" en ook dit jaar weer een hoogste notering? Menselijke maat en pragmatisch handelen liggen daaraan ten grondslag. "Daarbij levert het onderscheidende totaalconcept - van strategie tot uitvoering én verkooptraining - structurele winstverbetering voor klanten op."

"W e stijgen goed boven het concurrentieveld uit. Dat danken we aan de waardering van veelal loyale klanten, waar we enorm trots op zijn", zegt directeur Michel van Hesse. "Daar speelt mee dat wij onze beloften en inspanningen meetbaar maken. We gaan uit van ROI-verbetering door bijvoorbeeld 20% meer leads, conversie van 10% naar 30% of procenten meer marge. Onze commerciële toppers flikken het telkens weer om salesorganisaties én mensen beter te laten renderen." Directeur Aynsley Romijnsen completeert: "Die drie jaar lange hoge notering in de MT1000 hebben we tevens op alle facetten behaald, te weten klantgerichtheid, product-leiderschap en excellente uitvoering. Ons totaaloptimalisatieconcept, dat een intensieve klantrelatie met zich

meebrengt, speelt een cruciale rol. Wij geven strategisch advies, ondersteunen bij implementatie en trainen, en begeleiden verkopers en managers in hun dagelijkse praktijk."

Veranderende businessmodellen

De maatschappij verandert razendsnel. Bedrijven en particulieren bestellen steeds meer online en 24/7 digitale beschikbaarheid is onontkoombaar. Bedrijven die hun businessmodellen niet aanpassen worden in no time uit de markt gedrukt. Sales en marketing als gescheiden disciplines zien is definitief verleden tijd. Romijnsen: "In de nieuwe economie spreken we over één sales- en marketingproces. Beide disciplines hebben nu een gezamenlijk



DEEL ONLINE

doel. Sales ziet in dat de rol van marketing aan belang toeneemt. Beide hebben elkaar meer nodig. Wij faciliteren de nieuwe samenwerking voor een maximaal resultaat.” Sales Improvement Group gaat daarbij met vijf domeinen aan de slag: salesstrategie, structuur, cultuur/leiderschap, vaardigheden en tools. Dit leidt tot een concreet plan van aanpak. “We gaan vooral pragmatisch te werk. Kijkend naar resultaatverbetering focussen wij ons op zaken die écht belangrijk zijn. We houden het eenvoudig. Alleen gerichte acties die ertoe doen. Vervolgens helpen we bij implementatie”, motiveert Van Hesse.

Sterk mensgericht

“We zijn gebrand op resultaten voor de klant. Tegelijk zijn wij zeer mensgericht. Geen grote ego’s, maar sociale mensen kenmerken Sales Improvement Group”, vertelt Van Hesse. Dit blijkt in alle fasen van het SPACE Concept®, de integrale aanpak van het veertig professionals tellende bedrijf. SPACE staat voor Salesanalyse, Plan van aanpak, Acties, Coaching en Evaluatie. Afhankelijk van branche en klantcultuur wordt een team samengesteld. De eerste stap is een grondige salesanalyse, waarbij gesprekken met managers, stakeholders en salesteam horen. De vijf domeinen komen aan bod. “We kijken onder meer naar de proposities en bediening van de markt binnen de salesstrategie. Maar ook naar de effectiviteit van de salesorganisatie (structuur, processen, planningen, skills) en de benodigde tools, zoals een crm-systeem, beoordelings-

beloningsstelsel en salesfunnel. In het plan van aanpak gaat het vooral om de juiste acties in de juiste volgorde, in de juiste snelheid en intensiteit”, licht Romijnsen toe. “Ook het creëren van draagvlak onder directie en medewerkers krijgt volop aandacht.” In de uitvoering steekt Sales Improvement Group veel energie in samenwerking tussen mensen. Het coachen en begeleiden op de werkvloer is eveneens puur mensenwerk.

Commerciële toppers

De hoge notering is mede te danken aan de excellente uitvoering van de Sales Improvers en Sales Trainers. Veelal ervaren (commercieel) directeuren en managers die hun sporen in de sales hebben verdiend. Van Hesse: “Wij komen dit jaar op 40% groei uit. Volgend jaar zet die lijn zich voort en hebben we meer commerciële toppers nodig. We willen graag de parels uit de markt halen. De verdiensten zijn uitstekend en dat blijft voor jaren. De trend om te investeren in mens en organisatie is duidelijk in gang gezet.” Vooral betrokken bedrijven met tussen de 50 en 250 werknemers in de sectoren groothandel, industrie, zakelijke dienstverlening, ICT en agri-food hebben sterk groeiende belangstelling voor Sales Improvement Group. Romijnsen: “Nieuwe toppers bieden wij een uitgebreid opleidingstraject aan. Het eerste jaar 35 dagen over ons concept en de werkwijze; daarna tien dagen per jaar. Daarbij werken we voortdurend aan kennisdeling. Het resultaat hiervan is dat we amper verloop kennen. Ze voelen veel vrijheid en genieten ervan om mensen en organisaties verder te helpen.”

Bewezen resultaten

De professionele totaalaanpak, waarbij de investering meetbaar is, blijkt zeer succesvol. Van Hesse: “Klanten verdienen onze kosten aan salesoptimalisatie al snel in drievoud terug.” Regelmatig zijn er uitschieters. Zo adviseerde én implementeerde Sales Improvement Group een onderhoudsovereenkomst voor een bedrijf in roldeuren. Ook hielp het met de werving en begeleiding van een nieuwe medewerker. Preventief onderhoud bleek de sleutel. Op deze manier voorkomen klanten van de roldeurenleverancier dat vrachtwagens niet kunnen lossen. De investering van 80.000 euro leidde tot een winstmargeverhoging van zelfs 700.000 euro per jaar. ■

AYNSLEY ROMIJNSEN
EN MICHEL VAN HESSE:

‘Klanten verdienen onze kosten aan salesoptimalisatie al snel in drievoud terug’

