

# ENTERPRISE BUSINESS EDUCATION **EB3**



Vi hjälper företag öka sin lönsamhet!







Idag har många företag ett tufft klimat att arbeta i.

Konsekvensen är låg lönsamhet och långsam tillväxt.

Anledningarna är många.

Aldrig har så många branscher genomgått en så stor förändring sedan IT-evolutionen startade på 1990 talet.

**Under 30 år har mycket förändrats.**

Nya säljkanaler via WEB plattformar, E & Web-handel, Social Media bygger varumärken snabbare än tidigare, och många traditionella företag har svårt att följa med i utvecklingen.

Även hela den tidigare traditionell säljkanalen med importörer/distributörer, grossister, återförsäljare, butiker och slutkonsumenter har förändrats.

I vissa branscher finns leden kvar, i andra branscher beställer en slutkonsument en vara på amazon, och varan skickas direkt från en tillverkare utomlands.

Försäljning och företagsutveckling har också blivit mer dynamiskt än tidigare. Nya säljare har bättre IT vana och är tidigt inställda på att resa och arbeta internationellt, via hemmakontoret och med en bärbar dator.

Med mindre marginaler krävs effektivare processer och arbetssätt, bättre mätmetoder och snabbare åtgärder för att bygga bort problem och hinder. Det räcker inte bara med att vara bra längre för att lyckas.

Vi på EBE har kunskap och erfarenhet av att hjälpa företag bli mer lönsamma. Under mer än tio år har vi utvecklat och implementerat LEAN baserade affärskoncept internationellt på fler än tjugo marknader.

Resultaten är bland annat: ökad Produktivitet, Effektivitet och Lönsamhet. Bättre Kommunikation och Trivsel, lägre Personalomsättning, tydlig Kultur och Struktur, effektivare processer, rutiner och arbetssätt.



## THE WHY

För att Vilja förbättra, måste vi förstå Varför

What's in it for me?

Människor är normalt programmerade att inte ändra på arbetssätt, rutiner och processer om man inte ser ett uppenbart hinder eller problem.

Det leder till att man sitter fast i gamla rutiner och inte förbättrar verksamheten löpande. I vanliga utbildning kring ledarskap, affärsmanskap, ekonomi, och försäljning ingår oftast inget om hur man mäter och effektiviserar arbetssätt, metoder och processer.

En annan skrämmande faktor är att väldigt få säljare och KAM verkligen är utbildade. Vår uppskattning är att färre än 90% av alla B2B, företagssäljare och KAM inte har en utbildning inom försäljning, KPI:er, mål och resultat, ekonomi, TB/TG/marginaler, merförsäljning, affärsmanskap, frågemetodik, beteendevetenskap, projektledning, mappa processer och organisationer, avtal, avslut, säljprocesser med mera.

Inte konstigt att det skiljer sig "högt och lågt" mellan hur bra säljare presterar, då alla har olika kunskap och erfarenheter av ovan nämnda områden.

Hur ser det ut hos er?





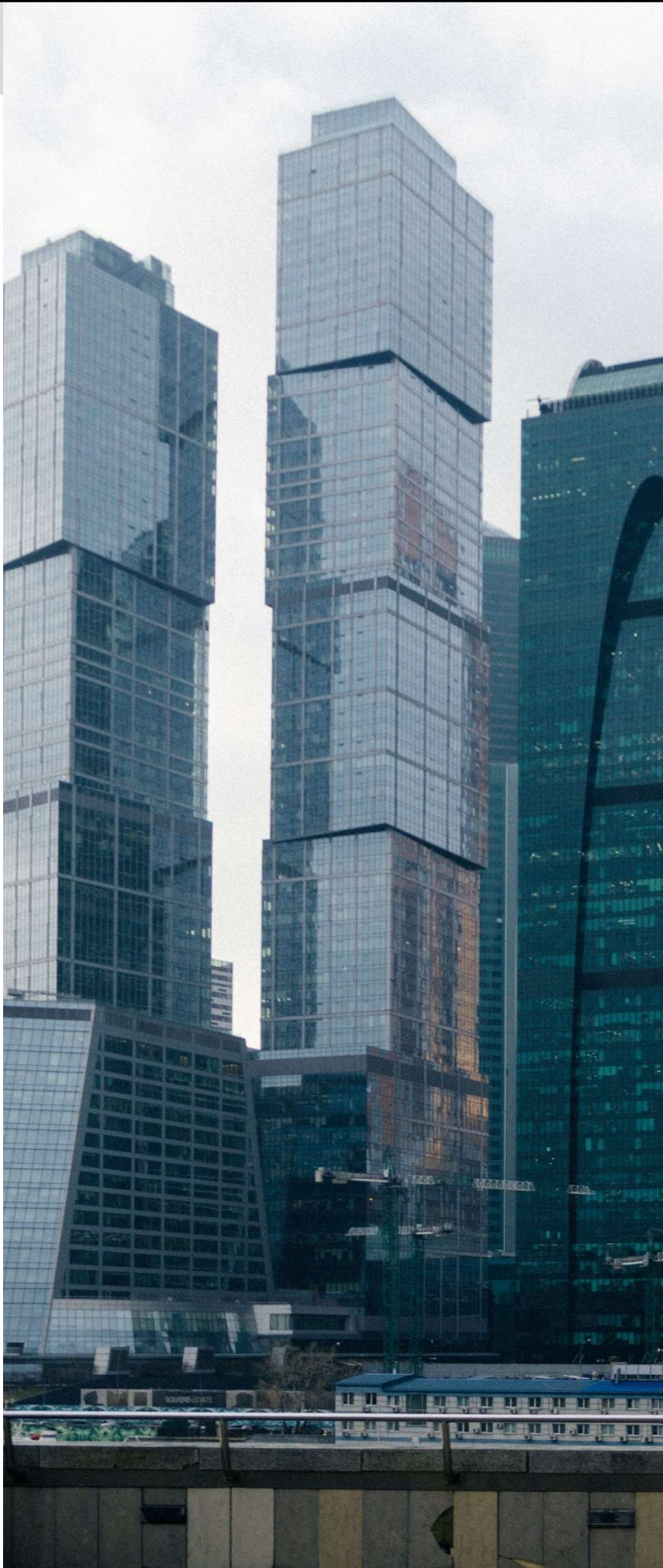
## THE WHAT

För att kunna förbättra, måste vi veta Vad som skall förbättras och Varför.

Vårt egenutvecklade LEAN baserade förbättringskoncept heter: Enterprise Development Process. (EDP)

I konceptet ingår några viktiga hörnstenar som skiljer oss från kollegor och konkurrenter.

- Konceptet innehåller "allt viktigt" som vi själva upplevt som hinder för företag att nå sin fulla säljpotential. Kunskap och 30+ års erfarenhet av försäljning, säljledning, affärsutveckling, konceptutveckling och affärskonsultation.
- Vi har praktiskt arbetat med att utveckla och implementera ett LEAN baserat förbättringskoncept globalt för ett av Sveriges största företag. Vi har mätt KPI:er och följt utvecklingen under lång tid, och vi Vet till 100% vilka åtgärder som ger vilket resultat.
- Med egen erfarenhet av säljledning i flera olika branscher, har vi prövat olika metoder och verktyg för att utveckla och förbättra affärer, affärsområden, produkter och tjänster. Vi vet vad som fungera i teorin men inte i praktiken. I EDP igår bara områden och åtgärder som ger riktiga mätbara resultat.
- Genom att ha arbetat med och utvärderat många olika verktyg, metoder och koncept, har vi kunnat skala bort allt som är onödigt och bara behållit det som verkligen fungerar Inom: Ledarskap, Försäljning, Affärsutveckling, Projektledning och LEAN.



## THE complex SIMPLICITY

Det ser så lätt ut, när någon annan gör det.

Golf, Biljard, Simhopp, Gymnastik, Höjdhopp, Fotboll ...  
*Hur svårt kan det vara?*

För en skicklig säljare, KAM eller chef är det lika dant.  
Andra människor som inte är insatta  
i hur mycket arbete som ligger bakom,  
tycker att försäljning verkar enkelt. *Hur svårt kan det vara?*

Nedan är utvecklingsfaserna vi normalt följer under en implementation.  
Reflektera över Er förbättringspotential och hur det skulle påverka Er försäljningen.

### **BASIC IN PLACE**    1-2 år    Säljarna når 60% - 80% av sin fulla potential

- Affärsplan finns och följs
- Affärsmål finns tydligt definierade
- Personliga säljmål per månad/vecka
- Personliga planer för "hur jag skall nå mina mål"
- KPI:er mäts och följs upp
- Visuell Planering för KPI:er, projekt, TO DO, förbättringsarbete, problem, hinder m.m.
- Planering för resor, kundbearbetning, mässor, aktiviteter m.m.
- Grundläggande säljutbildning så alla talar "samma språk", följer samma standards och har samma förståelse
- Nedskrivna rutiner för CRM, kundbesök, klädkoder, orderhantering, representationer, bilförmån m.m.
- Mötesstruktur för strategier, planer, förbättringsarbete, projekt, kommunikation m.m.
- Chefer som har samsyn i vilken ledarskapsmodell som skall appliceras i dagligt arbete, beroende på fas

### **UTVECKLINGS FAS**    3-5 år    Säljarna når 80% - 90% av sin fulla potential

- Mer Personligt stöd och coaching för säljare, KAM och chefer
- Actions för att fortsätta fylla GAP mellan nuläge och önskvärt läge
- LEAN förbättringsarbete av Processer, Arbetsätt, Ledtider, IT-verktyg, Mallar m.m.
- Avancerad säljutbildning, mer övning på Säljprocessen, bemöta Invändningar utefter Kundtyp
- KAM – mappa inköpsorganisationer, beslutsfattare, inköpsprocesser, kartläggning av affären
- Affärsutveckling, analys av nuvarande och framtida affärsmöjligheter
- Utbildning i kommunikation och presentationsteknik
- Mer fokus på att bygga och underhålla Kundrelationer
- Säljarna skall själva kunna analysera sina kunder, affären, potential, och ta fram strategier och planer
- Chefer applicerar ett Stöttande och Coachande ledarskap för att låta säljarna växa i sin roll och ta mer ansvar

### **UTVECKLINGSFAS ELLER FÖRVALTNINGSFAS**

- Externa resurser / Partners / Experter inom respektive område som behöver fortsätta utvecklas
- Företagets unika behov styr, nu när alla grunder för en väl fungerande säljorganisation är på plats





## HUR kommer vi igång?

**Ni** bokar ett gratis möte med oss, på plats eller digitalt.  
[info@enterprisebusinesseducation.se](mailto:info@enterprisebusinesseducation.se)

### Vi:

- presenterar vårt koncept
- stämmer av era förutsättningar och förväntningar
- gör en nulägesanalys och GAP analys
- tar fram ett business case
- presenterar ett förslag baserat på era förutsättningar

Ni fattar sedan ett beslut om ni vill anlita oss eller inte.

Ni förbinder er inte på något sätt, och kan avsluta eller pausa en implementering som ni själva önskar.

## VAD kan vi förvänta oss för resultat ?

**Ni** känner bäst Era säljare, och kan uppskatta deras potential.

Hur många % tror ni att de kan förbättra sig från idag, när ni har alla BASICS på plats, inklusive en säljutbildning, bättre processer, bättre rutiner, ökad produktivitet och effektivitet?

### Exempel:

Företaget Kalle AB uppskattar att säljarna kan förbättra sig 20%  
Säljarna har ett snitt TB2 på 250.000 kr/månad.

En förbättring på 20% är en ökning med 50.000 kr/mån.  
*Under 10 månader 500.000 kr.*

Företaget investerar ca: 50.000 kr under ett år per säljare.  
*(all tid delat på antal säljare, utbildning, implementering, stöd, hjälp, support, m.m.)*

Företaget har 10X ROI inom 12 månader.

Det är nästan omöjligt att inte ha ett väldigt starkt business case i att förbättra sin säljorganisation!



## HUR vet vi om det fungerar?



**Vi** kan garantera att konceptet fungerar.

Under mer än tio år har vi följt implementeringar/implementerar olika delar/moduler av konceptet hos fler än tusen företag, på fler än tjugo marknader globalt.

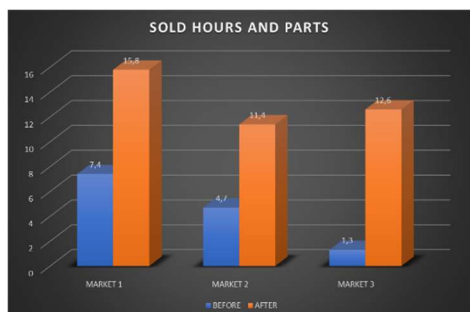
Konceptets olika delar är väl beprövade inom både produktion och försäljning.

- LEAN Production har använts av Toyota sedan 1950 talet.
- LEAN Office har funnits sedan början av 2000 talet.
- Frågemetodik och säljmetodik har utvecklats sedan 1950 talet.
- Beteendevetenskap och Psykologi har studerats sedan antikens Grekland.
- Ledarskapsmodeller har utvecklats sedan början av 1900 talet.

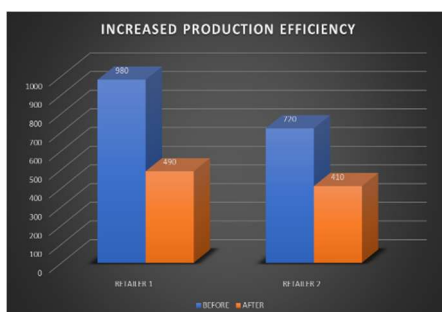
Alla KPI:er som vi mätt har gett positiva resultat oavsett företag, marknad, kultur eller andra förutsättningar.



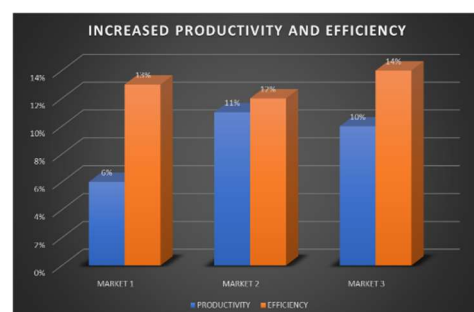
## KPI:er - exempel från verkligheten



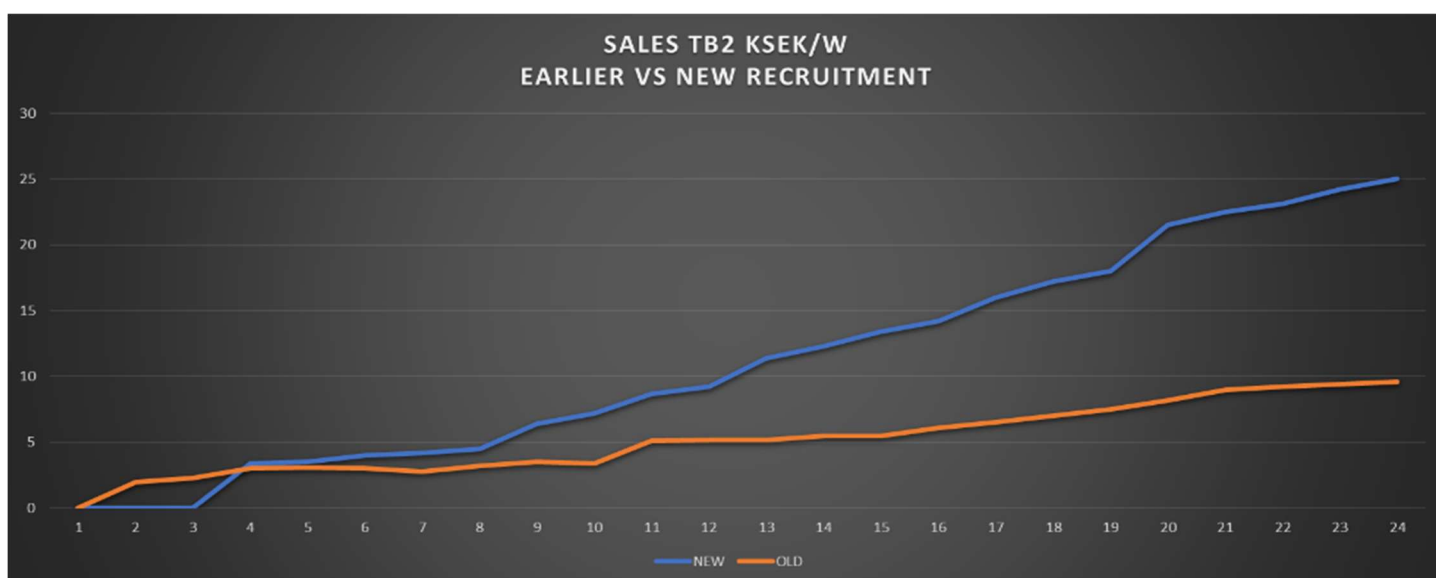
FLER SÅLDA TIMMAR & DELAR



55% EFFEKTIVARE ARBETE



ÖKAD PRODUKTIVITET & EFFEKTIVITET



### JÄMFÖRELSE FÖRSÄLJNING, LEAN ARBETSSÄTT (NEW) VS KUNSKAP & ERFARENHET (OLD)

Som man se på den blå kurvan så sålde nyrekryterade säljare, utan kunskap eller erfarenhet av branschen, produkterna eller försäljning, betydligt bättre än tidigare rekryteringar. Tidigare rekryteringar (orange kurva) hade lång branscherfarenhet, goda produktkunskaper och ett brett kontaktnät.

Nya säljare fick utbildning, coaching, och stöttning med att arbeta Produktivt och Effektivt. Det är ett vanligt missförstånd att "erfarenhet" skulle bidra till att en säljare eller KAM presterar bra. Exemplet ovan visar att – om man gör allting rätt, så har det mindre betydelse om du har många års erfarenhet eller inte. Det som har störst påverkan på ditt resultat, är hur väl du utför själva arbetet. Har du många års erfarenhet av att arbeta ineffektivt - har det ingen positiv påverkan på resultatet.

Vill ni veta mer om hur Ni bygger en högpresterande säljorganisation, oavsett juniora eller seniora säljare?

# KONTAKTA OSS SÅ BERÄTTAR VI MER!

info@enterprisebusinesseducation.se  
Mötet är GRATIS vad väntar ni på?

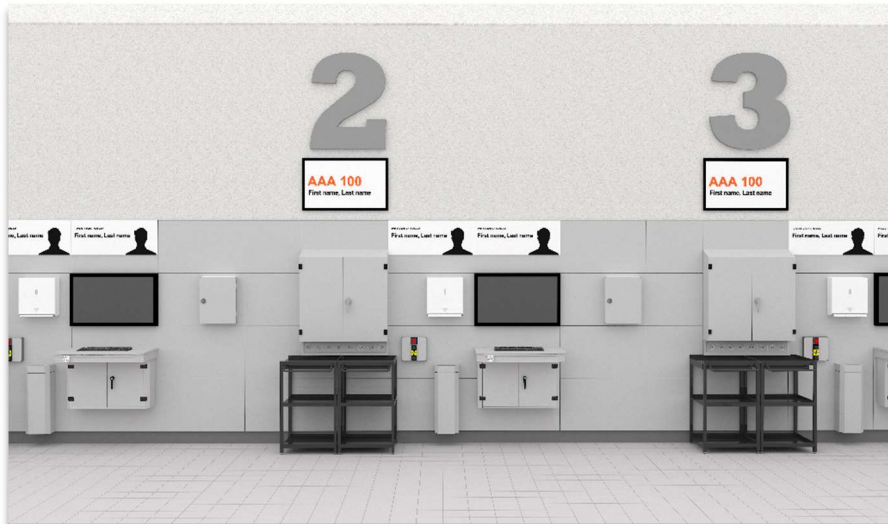
www.enterprisebusinesseducation.se





## Illustrationer

Vid behov kan vi hjälpa till att ta fram illustrationer i 2D och 3D



## Ledarskap stöd

För chefer och ledare har vi en lathund för hur man applicerar ett utvecklande ledarskap i dagligt arbete

Område Förändring	V.2	V.3	V.4	V.5	V.6	V.7	V.8	V.9	V.10
<b>Rena skrivbord</b>	Förklara Möte 1	Ta fram STD	Ta fram STD	Ta fram STD Besluta STD	Uppfölj 1	Uppfölj 2	Klart		
<b>Target Condition</b>					100% 60%	100% 90%	100% 95%	100%	100%
<b>4 Rooms</b>	Denial	Confusion	Confusion	Confusion	Inspiration	Inspiration	Inspiration	Contentment	Contentment
<b>Känslor</b>	Ledsen Arg Frustrerad	Osäker Undrande Söker svar	Osäker Undrande Söker svar	Mer positiv Ser lösningar Ser fördelar	Mer positiv Ser lösningar Ser fördelar	Mer positiv Ser lösningar Ser fördelar	Mer positiv Ser lösningar Ser fördelar	Nöjd Van vid ny stf Fokus på annat	Nöjd Van vid ny stf Fokus på annat
<b>Ledarskap</b>	Klart och tydligt Tydligt beslut	Klart och tydlig Visa, ge förslag	Utvecklande Låt individerna ge förslag	Utvecklande Låt gruppen besluta	Utvecklande och Supporterande Följ upp	Utvecklande och Supporterande Låt gruppen bestämma hur följa upp	Underhållande	Underhållande	Underhållande
<b>Piska Morot</b>	Stor Stor	Stor Stor	Stor Stor	Mellan Stor	Liten Mellan	Liten Mellan	Ingen Liten	Ingen Ingen	Ingen Ingen
<b>Aktiviteter Chef Check-lista</b>	Informella ledare Personliga samtal Fredags fika	Informella ledare Visa tydligt HUR Branstorm	Få alla delaktiga Workshop Stam av stämningen	Kontrollera att alla står bakom beslutet.	Peka på mål och målspråkförd, OK med anviselse nu men ej till nästa vecka	Frågor: Hur säkerställer vi att stf efterlevs? Hur gör vi om en kollega ej följer stf?	Följ upp på visuellt planerings tavla		
<b>Kommentarer Noteringar</b>	3 av 10 motståndare, AB och E	A och B på banan, påverkade av informella ledare	E info på banan, personligt samtal	E är med och stöttar beslutet	Lärande: A B C och E arbetar bra i grupp !!		Lärande: Viktigt att ge E extra tid, viktigt att få med tidigt		

## Implementations stöd

För kundens projektledare finns stöddokumentation som kan kompletteras med av kund valfritt projektledningssystem

**GAP analys**  
GAP analysens syfte är att visa GAPet mellan var man VILL/BÖR vara, och vad status är idag  
Vem har svarat nedan:

MÄTNINGAR	SVAR	MÅL
Mätning av inköpsavdelningen:	1	5
Mätning av varje enskild säljares resultat: (ringda samtal, kundbesök, TB/TG)	1	5
Mätning av resultat efter aktiviteter:	1	5
Mätning av försäljningen:	1	5
Mätning av kunskap:	4	5
Mätning av utfall av kundbesök:	5	5
Mätning av projekt:	5	5
Mätning av lagade kunder:	5	5
Mätning av kundtillfredsställelse:	5	5

**ANALYSER**

ANALYSER	SVAR	MÅL
Analys av mätresultat inom försäljning:	1	5
Analys av mätresultat inom aktiviteter:	1	5
Analys av mätresultat inom kompetens:	1	5
Analys av mätresultat inom projekt:	1	5
Analys av mätresultat inom kundtillfredsställelse:	1	5
Konkurrensanalyser:	3	5
Marknadsanalyser:	3	5
Produktanalyser:	3	5

**FÖRBÄTTRINGSARBETE**

FÖRBÄTTRINGSARBETE	SVAR	MÅL
Finns idag en DETALJPLAN för att förbättra försäljningen för företaget:	3	5
Finns idag en DETALJPLAN för att förbättra försäljningen för varje enskild säljare:	3	5
Finns idag en individuell utbildningsplan för alla i ledningen:	3	5
Finns idag en individuell utbildningsplan för alla säljarna:	3	5
Finns idag en individuell utbildningsplan för inköpsavdelningen:	3	5

	1	2	3	4	5
Dålig	Xon då	OK	Bra	Mycket bra	
Itj	Högon	Höjsten	Nästan alla	Alla	
Åldrig	Stålan	Stånud	Jämna mellanrum	Öfta	
Inga	Låga	Medel	Beskr	Mycket höga	
Stor	80%	95%	100%	110%	
Nej		50%		Ja	

EDP process KUND | Bild1 | Business Case | EDP process EBE | TC implementation | TO DO | Kunddata | Böller & ansvar | Dokument | Tidspän | TimePlan | Analyser | Riskytning





