



Lönsammare med bättre kundbemötande

Vi har blivit bättre på att möta våra kunder. Och bättre på att samverka.

Det är klart att det ökar lönsamheten på sikt, menar Klas Pettersson, delägare i det lilla men växande företaget Dekaltrim.

Om du sett Svenska Rallyt på TV eller häpnat över en fantastisk "motivlackad" lastbil längs vägen så är det mycket möjligt att du sett något som Dekaltrim i Österbymo och Linköping gjort.

De tillverkar dekaler. Allt från små roligheter som en del 16-åringar älskar att ha i bakrutan på sin EPA-traktor - till en av sina unika specialiteter; att kunna klä in en hel bil i fyrfärgsdekor, som en utbytbar motivlack.

Växande bolag

Klas Pettersson startade bolaget på klassiskt manér. Hemifrån och med sig själv som enda medarbetare. Men genom en medveten och långsiktig strategi, med webben och en stor webbshop som försäljningskanal, har bolaget vuxit och idag är Dekaltrim 10 anställda. Det finns idag både i Österbymo, i södra Östergötland, och i Linköping.

Och att leda ett växande företag kräver givetvis än mer kompetens.

Alla anställda

Det var under en ledarutbildning som jag kom i kontakt med Lasse Svensson, på ITA Utveckling, och därigenom IPU Profilanalys, som ett verktyg för att förstå sig själv och andra bättre.

Det ledde till att vi drog igång ett utvecklingsarbete på Dekaltrim där alla anställda involverades förra året, berättar Klas Pettersson.

Utmaning

En del av utvecklingsarbetet tillsammans med Lasse Svensson var att de alla jobbade med IPU Profilanalys, som ett sätt att förtydliga skillnaderna mellan våra olika beteendestilar.

En av våra utmaningar är att våra kunder är så vitt skilda. Det är allt från 16-åringar som vill ha en cool dekal tills imorgon till pedantiska båtägare och kräsna inköpare på storföretag. Och dessutom har de alla givetvis olika beteendestilar.

För att kunna hålla kvaliteten i det vi levererar krävs att vi i alla dessa kundmöten kan fånga det vi behöver för att leverera rätt - och då får man inte "gå i fällan och bara åka med kunden", som Klas uttrycker det.

Bättre kundmöten

För oss har IPU Profilanalys varit en hjälp att bli medvetna om vad som händer i kundsamtalet. Det hjälper oss att förstå när vi ska driva på eller bromsa upp i samtalen för att lyckas fånga kundens verkliga behov. För det är först då vi kan leverera över förväntan och få nöjda kunder, menar Klas.

Och det har vi blivit betydligt bättre på.

Att de dessutom fått det interna samarbetet att fungera ännu bättre är givetvis också en fördel.

Ökar lönsamheten

För ett litet företag är det givetvis en rejäl investering att satsa på den här formen av personalutveckling. Det kostar både tid och pengar. Är det värt det, Klas?

- Det är jag helt säker på. Att bli bättre på att möta kunder och på att samverka ökar lönsamheten på sikt.



Bemötandet - en viktig del av det goda värdskapet

Tydligare ledarskap.

Bättre samarbete på jobbet.

Och framförallt: Ett ännu bättre bemötande mot gästerna.

Det är resultatet av IPU Profilanalys-satsningen på Rimforsa Strand.

Där Östergötland är som skönast, vid sjön Åsunden, ligger Rimforsa Strand - en kurs- och konferensgård som bjuder på rogivande omgivningar och god mat.

Men kanske viktigare än någonsin annat; ett bemötande som väl matchar omgivningarna.

Bakom det ligger givetvis höga ambitioner och mängder av hårt arbete; men även IPU Profilanalys.

Jag kom i kontakt med det här verktyget under en ledarutbildning för några år sedan, berättar Veronica Eriksson, delägare och vd på Rimforsa Strand. Och förra året gjorde vi en storsatsning, tillsammans med Arne Nilsson på ITA Utveckling AB.

Ren lyx

Vi lät alla 16 medarbetare göra en IPU Profilanalys och det upplevdes verkligen som en lyx. Både att få alla insikter - men också att få möjligheten till 2,5 timmars samtal om sig själv, tillsammans med en kompetent konsult. Och när analysen dessutom stämmer så väl så blir det verkligen en positiv upplevelse, menar Veronica Eriksson. Analyserna har följts upp vid några tillfällen med halvdagsseminarier. Men framför allt har det blivit en del av hur man jobbar på Rimforsa Strand.

Bra redskap

För min egen del har det varit ett fantastiskt bra redskap i mitt ledarskap. Jag kan vara tydligare, på olika sätt, i mina möten med våra medarbetare. När jag vet vilken beteendestil de har så kan jag lättare anpassa mig så att vi får en bra dialog, säger Veronica.

Jag kan till och med hantera min absoluta motsats här på jobbet, skrattar hon...

Tänka i "färger"

Men också mellan medarbetarna märker Veronica att förståelsen för sin egen och andra beteendestilar har ett högt värde.

Med hjälp av färgerna blir det lätt att prata om beteenden utan att det blir så personligt. Sen behövs det givetvis att vi påminner varandra då och då om att tänka i "färger".

Det hjälper oss också att möta våra gäster på bästa möjliga sätt.

Värdskapet

På Rimforsa Strand arbetar man mycket med värdskaps-begreppet; med att få alla människor att känna sig välkomna och väntade.

Det spännande är att det här givetvis betyder olika saker för olika människor, säger Veronica Eriksson. En "röd" gäst känner sig välkommen när den får ett bemötande som en "grön" gäst inte alls skulle uppskatta - och tvärtom. Så här blir det än viktigare att snabbt kunna känna in vem man möter.

Börja med analys

Betydelsen av IPU Profilanalys låter sig kanske bäst beskrivas i hur Veronica tänker framåt:

- Det här är numera en del av vårt sätt att arbeta. Och kommer det någon ny medarbetare så kommer de att börja jobbet här med att göra en IPU Profilanalys.