

A man with glasses and a mustache, wearing a dark suit, white shirt, and patterned tie, is walking through a modern building with a grid-like architectural structure. He is smiling and looking towards the camera. The background is a blurred, teal-tinted view of the building's interior.

## *Salgsaccelerationsprojekter*

*De fleste virksomheder indeholder et stort uudnyttet salgsmæssigt merpotentiale. Et merpotentiale der kan bringes til live via Coaching Baseret Salgsledelse. Via min uddannelse hos The Coaching Company har jeg fået en indsigt og en værktøjskasse, som hjælper mig utroligt meget i min hverdag. Jeg formår i større udstrækning gennem coaching at italesætte potentialet, få medarbejderes øjne op for deres valg og deres egne ressourcer/potentialer, samtidig med at jeg kan være med til at synliggøre hvilke barrierer som forhindrer opnåelse af mål og prioriteter. Helt afgørende elementer når salget skal accelereres. I sidste ende er coaching et uundværligt værktøj, hvis man ønsker at praktisere "Leadership".*

***Direktør, certificeret Executive Coach Kent Kongsdal Rasmussen,  
Saint-Gobain Echophon Group***



Som øverste ansvarlig for salg og marketing ved man godt, at der gemmer sig et merpotentiale dels hos kunderne og dels i organisationen. Spørgsmålet er blot, hvordan man vækker det til live.

Med udgangspunkt i det markante fokus på merpotentialet, som ligger i coaching filosofien etablerede vi et salgsaccelerationsteam. Teamet blev sammensat på tværs af landegrænser. Teamets opgave er dels at løse konkrete udvalgte strategiske salgsopgaver og dels at coache de lokale salgsafdelinger til endnu bedre resultater. Vi kan allerede se accelererede resultater såvel i omsætning som i indtjening,

*Executive Vice President Sales & Marketing Per Buus, Pan Nordic Logistics*

**I enhver virksomhed er salgsprocessen særdeles afgørende for den samlede resultatskabelse. Ofte er salgsprestationen virksomhedens "kondital", altså udtryk for hvilken form virksomheden er i, idet kundernes lyst til at handle og genkøbe indfanger essensen af virksomhedens evne til at skabe værdi for kunderne. Og værdi kan kun skabes af tilfredse medarbejdere med optimal ledelsesmæssig rammesætning og motivation.**

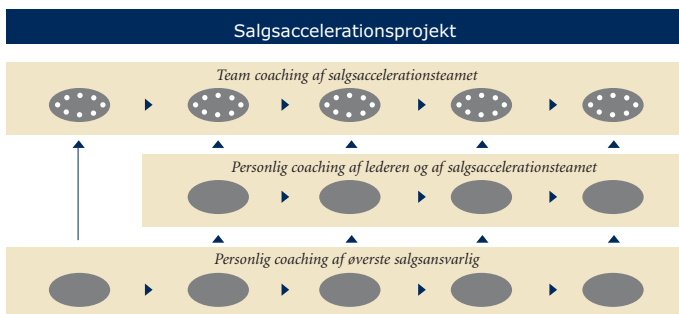
Når virksomheder gør sig overvejelser om, hvordan salget kan øges, ses ofte på konkurrenterne, pris/værdi-dimensionen, marketingindsatsen og de klassiske salgskompetencer. Alle vigtige områder – men også kendte og ofte udtømte metoder. Mere af det samme skaber sjældent nye banebrydende resultater. Når vi gennemfører salgsaccelerationsprojekter med udgangspunkt i Coaching Baseret Ledelse®, ser vi situationen gennem en helt anden og mere potentialeorienteret "optik".

**Nuværende præstation (p) = det fulde potentialer (P) – barrierer (b).**

*Kilde: Timothy Gallwey*

I traditionel salgsledelse fokuseres ofte på den nuværende præstation (lille p) og ikke det fulde potentiale (store P), som kan foldes ud under de optimale omstændigheder. Gennem italesættelsen, synliggørelsen og mobiliseringen af merpotentialet og tilvejebringelse af de optimale rammer kan vi kortslutte den tidligere begrænsende tænkning om, hvad der er muligt. Den sproglige kompetence er afgørende i denne type projekter, idet virkeligheden ikke er eksakt, men resultatet af det sprog, vi bruger om den. Vi taler så at sige potentialet op gennem gulvbrædderne, og effekten kan være særdeles overbevisende. Det kan være et større plus på bundlinjen, reduktion af den gennemsnitlige salgstid, øget kundeloyalitet eller anden væsentlig forbedring af resultatskabelsen.

Salgsaccelerationsprojekterne skræddersyes fra salgsorganisation til salgsorganisation. Men der er en række fællestræk, som har vist sig at være særdeles effektive. Disse elementer indgår derfor som hovedregel:



1. Italesæt mer-potentialet (salgsmæssigt)
2. Formulér et ambitiøst mål (f.eks. + 50 %)
3. Nedsæt et salgsaccelerationsteam
4. Giv teamet de optimale betingelser (alt er muligt)
5. Forlang det fantastiske
6. Pakketér produkterne så kunder forstår dem
7. Sæt en salgsoverleder på som Coach for teamet
8. Beløn teamet med anerkendelse og penge (gør salg hot)
9. Lav banebrydende resultater og markedsfør dem internt
10. Konceptualisér læring og "best practice"
11. Implementér "full scale"

Et salgsaccelerationsprojekt løber ofte over 3, 6, eller 9 måneder, og vores rolle er indledningsvis at bistå og coache den øverste salgsansvarlige i virksomheden i forbindelse med opstarten og etablering af salgsaccelerationsteamet. Herefter coacher vi løbende den salgsansvarlige, teamlederen og ofte hele teamet.