

Företagsutvecklaren Urban Gattzén löser fyra vanliga problem i företag

<http://www.foretagande.se/foretagsutvecklaren-urban-gattzen-loser-fyra-vanliga-problem-i-foretag/>

2013-11-01 05:08

Att hitta en affärsstrategi som får företaget att komma vidare kan vara en nog så svår utmaning.

Många bitar ska på plats och ett feltaget beslut kan innebära många extra timmar på kontoret.

Urban Gattzén jobbar med ledarskaps- och företagsutveckling. I en intervju med honom lyfter han fram de vanligaste utmaningarna som han stött på genom åren och hur man löser dem.

Urbans intresse för företagsutveckling dök upp när han själv hade lämnat affärslivet och började reflektera över problem han brottats med under sina 20 år som chef. Han driver idag företaget Gattzén Consulting där han hjälper företag med affärsplaner, genomförande av handlingsplan och han agerar även bollplank åt chefer under processen. Oftast börjar det med att affärsplanen tas fram där han sedan tar plats i ledningsgruppen under tiden för genomförandet. Ibland går han in tillfälligt som VD, marknadschef eller försäljningschef för att sen lämna över när företaget kan stå på egna ben.

- Det finns fyra områden som lyser ganska klart i bolag där jag går in och hjälper till, inleder Urban. Jag ska här ge några tips på hur man kan undviker dessa hinder.



Första utmaningen är:

Företaget satsar inte nog på sin säljkår

"Säljet" är viktigt. 100 % av intäkterna kommer från försäljningen. Har man inte en kompetent säljchef så är det som att lämna sina tonårsbarn ensamma hemma för första gången en hel weekend. Vad som helst kan hända.

Felet jag ofta ser är att man hoppar över detta steg och enbart skyller på säljarna. Får de inte tydliga målsättningar, verktyg och känner stöd så gör de så gott de kan. De känner sig lätt vilsna och fokuserar gärna på det som är roligast för stunden. Uppföljningen av satta mål är A & O, där föds en kreativ dialog och som säljchef är detta den viktigaste stunden med sin säljare. Dela med dig av din erfarenhet, lyssna in vad det är säljaren egentligen säger och se till att de är på den utstakade banan ni gemensamt satt upp.

Samåk, samåk, samåk är något man säger man ska göra men som lätt blir bortprioriterat. Det är då man kan finslipa säljarna se dem "in action", ge beröm, känna att de är på fötterna och har 100 % engagemang i det de gör.

Faktum är att det i 9 fall av 10 är säljledningen som brister och därför växer inte företaget. Man bara förväntar sig att det ska fungera. "Herre Gud, de är ju säljare och deras jobb är att sälja", hör jag ofta. Nu stannar vi upp och byter hatt! Tänk dig in i rollen att du tränar ett fotbollslag och ni vill ligga i toppen av serien. Hur stor är chansen om ni inte har en tränare som följer laget, inte ser till att vinterträningen blir genomförd, inte hjälper skadade spelare, inte ger dem direktiv i hur ni ska spela, inte ger dem spelschema, inte följer varje match, osv.

Så se till att ha någon ansvarig för säljkåren. Se till att denne person som är någon som är bäst klassen.

Har du några andra problem du ofta stöter på med säljare och säljledare?

Ofta blir säljledaren klämd mellan huvudledningen och säljarna. Där behöver säljledningen behärska två språk och få huvudledningen att förstå säljarna och deras situation och samtidigt ha en bra relation med säljarna. Många gånger bedöms säljarna efter kortsiktiga mål och säljresultat vilket gör att det blir svårt för säljarna och säljledningen att tänka och jobba långsiktigt.

Vad skall man tänka på när man rekryterar nya säljare?

Det är viktigt att förstå att det tar tid och att man måste avsätta tid till rekryteringen. Ju mer tid som investeras, ju mer får företaget ut av säljaren.

Urban tycker att man bör börja med att ta fram en profil på vilken typ av säljare man söker.

Nästa steg är intervjun och då kan det vara bra att göra ett personlighetstest om sedan gås igenom med den tilltänkta kandidaten. Då kan man t ex se om säljaren har självinsikt, vilket är viktigt. Man ska tänka på att säljare är bra på att sälja in sig själva, vilket gör det extra viktigt att vända på allt och ställa fler frågor för att få en bra helhetsbild.

Urban anser också att säljaren bör kunna visa upp bra dokumenterade säljresultat från tidigare jobb och minst tre referenser. Fundera på vilken typ av referenser som ges och kvalitén på dem. När ni kontaktar referenserna är det bra att ha frågorna klara. En kreditupplysning kan vara lämpligt.

Väl anställd så är introduktionen nästa sak där många företag brister, menar Urban. Säljaren släpps för tidigt. Säljaren får sitt distrikt eller sitt område, sina kunder och då säljaren kan ha stora krav på sig själv kanske denne inte vågar ställa frågor. Det kan leda till problem. En del större företag har mentorer åt säljarna men mindre företag missar ofta att även säljaren behöver en kontakt denne kan lita på och ställa frågor.

När en ny säljare rekryteras bör man ta chansen att optimera och göra en genomgång av vad företaget verkligen behöver. Är det en ny säljare i Norrland som behövs eller är det något annat som saknas? Med en ny säljare är det också enklare att implementera nya rutiner.

Om säljarna verkar ha tappat motivationen - hur löser man det?

Brist på motivation kan bero på många saker. Många gånger handlar det om att säljaren jobbat med samma sak en längre tid och inte ser några utmaningar med sin arbetsuppgift. Då behövs en ny utmaning som t ex gör att säljaren känner att denne bidrar, blir del av en grupp eller får vara ansvarig för en ny produkt. Då blir det också naturligt att komma närmare säljaren när denne har nya frågor och rapporterar in nya händelser.

Det är bra att tänka på att vissa säljare kanske inte själva vågar ta steget för att utvecklas vilket kan leda till att motivationen försvinner. De kanske tycker att de har det bra som det är och känner sig trygga.

Problemet med säljare som tappat motivationen är att de kan bli negativa vilket kan sprida sig och bli ett problem i hela organisationen.

Lägg då något nytt i händerna på säljaren.

I nästa del av intervjun frågar vi ut Urban om marknadsföring. Han menar på att många företag inte förstår vikten av den och hur den ska utformas.