

**VELKOMMEN TIL**

**KONSULENTFIRMAET**

**IVAN BACH**

**RESULTAT – INDSATS - KOMPETENCE**

## **Idegrundlaget for Konsulentfirmaet Ivan Bach:**

Konsulentfirmaet Ivan Bach henvender sig til mindre - og mellemstore handels- og produktionsvirksomheder på det industrielle marked, som har interne – og eksterne sælgere, samt en salgsledelse.

Konsulentfirmaet Ivan Bach ønsker at skabe en positiv udvikling for virksomheder, som ønsker vækst og resultater igennem en effektiv koordinering af indsatser og videreudvikling af medarbejdernes kompetencer.

Alle projekter og konsulentopgaver er 100 procent tilpasset virksomhedens situation og mål.

Alle konsulentopgaver foregår i et tæt samarbejde med virksomhedens ledelse og medarbejdere.

Det er et klart mål, at alle resultater af projektet er synlige og bliver forankret i virksomheden.

## Hvilke konsulenttydelser tilbyder Konsulentfirmaet Ivan Bach?

- 1) Virksomheds tilpassede salgsudviklingsprojekter med fokus på salgsresultater, salgsindsatser og kompetenceudvikling.
- 2) Forretningsudvikling gennem målrettet udnyttelse af virksomhedens markedsmuligheder.
- 3) Virksomhedstilpassede salgsseminarer baseret på en målrettet og effektiv foranalyse af virksomhedens situation og mål.
- 4) Virksomhedstilpassede ledelsesseminarer baseret på en målrettet og effektiv foranalyse af virksomhedens situation og mål.
- 5) Salgsudvikling igennem distributører og forhandlere.
- 6) Sparringspartner for virksomhedens ledelse og medarbejdere i forhold til virksomhedens fortsatte udvikling. "Huskonsulent"-opgaver.
- 7) Kvalitative kundeanalyser med fokus på kundens bedømmelse af samarbejdet og ideer til virksomhedens fortsatte udvikling.
- 8) Bestyrelsesarbejde.

## Ad 1)

### **Virksomhedstilpassede salgsudviklingsprojekter med fokus på salgsresultater, salgsindsatser og kompetenceudvikling.**

Der er hos mange virksomheder et stigende ønske om at skabe mere struktur og koordinerede indsatser i virksomhedens salgsproces. Der er samtidig en øget erkendelse hos virksomhedens ledelse af, at medarbejdernes kundskaber, holdninger og adfærd er én af de mest afgørende faktorer i kundernes bedømmelse og oplevelse af virksomhedens præstationer.

#### *Hvordan kan vi sikre, at vores kundeservice og håndtering af salgsprocessen er kundeorienteret og dermed tager afsæt i kundernes reelle krav og forventninger til os?*

Det handler derfor om at skabe en proces, som sikrer, at medarbejdere og ledelse bliver involveret i processen og at de bedste metoder og værktøjer i salgsarbejdet bliver dokumenteret og implementeret hos medarbejderne og salgsledelsen.

Der skabes dermed et fundament for at kunne opsamle, dokumentere og udvikle på de mange gode kræfter og erfaringer, som virksomhedens medarbejdere og ledelse allerede råder over.

Undervejs i forløbet identificerer og dokumenterer vi således denne "best-practice". I processen sker der automatisk en erfaringsudveksling, så både de nye og mere erfarne salgsmedarbejdere oplever værdien af, at der arbejdes efter at finde nogle fælles værdier og metoder i forhold til deres daglige salgsarbejde.

Vores opgave er at sikre, at de udvalgte områder i salgsprocessen bliver evalueret og belyst ud fra virksomhedens hverdag og kundekrav med respekt for virksomhedens kultur, medarbejdere og ledelse.

Der er med andre ord et væsentligt element af "hjælp til selvhjælp" indbygget i processen. Det giver den største garanti for, at resultaterne også anvendes i virksomheden efter, at konsulentens arbejde er ophørt.

Den høje grad af dokumentation sikrer, at resultatet kan anvendes til interne evalueringer og løbende drøftelser i salgsafdelingen og på ledelsesniveau - og ikke mindst til introduktion og oplæring af nye medarbejdere.

## Eksempel på et projektforsløb:

### 1) Mål

Projektet startes typisk op ved at afklare **mål** og ambitionsniveau sammen med virksomhedens salgsledelse. På denne måde sikres det, at projektet fra starten bliver forankret i salgsledelsen.

### 2) Foranalysen

Herefter gennemføres en enkel og målrettet **foranalyse**, som har til formål at identificere alle væsentlige forbedrings- og udviklingsområder i virksomhedens salgsproces og kundearbejde i øvrigt. Både medarbejdere og ledelse inddrages i denne foranalyse. Ved at inddrage medarbejderne og ledelsen fra starten af projektet sikres det, at alle får et ejerskab til de nye løsninger og de bedste metoder i salgsarbejdet.

### 3) Salgsmøde

Med baggrund i analysens resultater afholdes et længere varende møde, hvor de enkelte forbedrings- og udviklingsområder diskuteres grundigt igennem og prioriteres i forhold til deres indhold og betydning for virksomheden. Der aftales endvidere en plan for implementering og den videre proces.

### 4) Dokumentation af "best- practice" og nye løsninger

Herefter sammensættes typisk en **gruppe(r)** bestående af 3-5 medarbejdere og ledere. Gruppen dokumenterer de bedste erfaringer og metoder i salgsarbejdet og kommer ligeledes med forslag til løsninger på de forbedrings- og udviklingsområder, som helt automatisk fremkommer undervejs i processen.

### 5) Implementering

Metoder – værktøjer – de bedste erfaringer præsenteres og drøftes med alle salgsmedarbejdere. En plan for løbende ajourføring og drøftelser fastlægges.

Salgsresultater skabes gennem sælgernes kundskaber, og den holdning og adfærd, som de udviser overfor deres kunder i håndteringen af salgsprocessen.

Vi hjælper med at dokumentere alle de erfaringer med metoder og værktøjer, som anvendes i salgsprocessen, så de kan genbruges til oplæring af nye medarbejdere - og ikke mindst være grundlaget for en løbende videreudvikling af sælgernes salgskompetencer, holdninger og adfærd i kundearbejdet. Undervejs bidrager konsulenten med løsninger og nye ideer.

## Ad 2)

### Forretningsudvikling igennem målrettet udnyttelse af virksomhedens markedsmuligheder

Inden processen igangsættes tages der altid udgangspunkt i virksomhedens mål og ønsker. Processen bliver på denne måde tilpasset den enkelte virksomhed.

Med baggrund i en foranalyse evalueres virksomhedens situation og muligheder for at skabe salgsudvikling. I foranalysen medvirker virksomhedens ledelse og medarbejdere.

I denne interne analyse identificeres virksomhedens stærke/svage sider samt trusler/muligheder, som virksomheden oplever på markedet.

Konsulenten udarbejder en sammenstilling af foranalysens resultater, som danner udgangspunkt for et strategiseminar, som typisk har en varighed på 1-2 dage. På seminaret deltager nøglemedarbejdere og ledelsen.

Udbyttet for virksomheden er:

***Identifikation og prioritering af virksomhedens opgavekatalog, som indeholder en beskrivelse og prioritering af virksomhedens vigtigste forbedrings- og udviklingsområder. Udarbejdelse af effektive implementeringsplaner for indførelse og forankring af nye løsninger og tiltag i virksomheden.***

### Ad 3)

#### **Virksomhedstilpassede salgseminarer baseret på en målrettet og effektiv analyse af virksomhedens situation og mål.**

Konsulentfirmaet Ivan Bach tilbyder at gennemføre virksomhedstilpassede salgseminarer, som er tilrettelagt ud fra de specifikke behov, som den enkelte virksomhed har.

Inden indholdet af seminaret kan fastlægges, afholdes der møder med udvalgte interne – og eksterne sælgere og salgsledelsen. På denne måde tilpasses salgseminaret efter virksomhedens situation, og ønsker. Samtidig får konsulenten den nødvendige viden om virksomheden og medarbejderne.

Afhængig af virksomhedens størrelse og salgsorganisation kan det i nogle tilfælde være hensigtsmæssigt at gennemføre eet seminar for eksterne sælgere og Key Account Managers og eet for de interne sælgere i virksomheden. Dette giver en række fordele, idet salgseminaret kan opbygges målrettet til medarbejdernes daglige jobindhold og udviklingsbehov.

#### ***Der er nogle klare og naturlige fordele ved at anvende individuelt tilpassede seminarer:***

- *Alle drøftelser tager afsæt i medarbejdernes hverdag.*
- *Alle værktøjer og metoder er nøje udvalgt ud fra medarbejdernes jobsituation og branche.*
- *Undervejs i seminaret dokumenteres "best practice" og rapportering sker til salgsledelsen med henblik på det fortsatte arbejde med at udvikle salgsorganisationen.*

## Eksempler på områder, som kan indgå i et virksomhedstilpasset salgseminar:

1. Virksomhedens salgsplatform & salgsproces
2. På hvilke områder bedømmer vore kunder os i forhold til salgsprocessen?
3. Vores evne til arbejde effektivt og målrettet på at skaffe nye kunder til virksomheden
4. Vores evne til at sælge mere til købende kunder
5. Fra behov til løsningssalg
6. Hvordan sikrer vi et effektivt og målrettet tilbudsarbejde?
7. Hvordan kan sælgeren opnå en effektiv planlægning og prioritering af sin tid og indsats?
8. Hvordan tackler vi indvendinger fra vore kunder?
9. Argumentkatalog baseret på virksomhedens markedstilbud.
10. Key Account Management og kunderelationer



## Ad 4)

### Virksomhedstilpassede ledelsesseminarer baseret på en effektiv foranalyse af virksomhedens situation og mål.

Formålet med ledelsesseminaret er typisk, at virksomheden ønsker at skabe en effektiv og velfungerende ledergruppe.

Inden ledelsesseminaret har konsulenten samtaler med ledergruppens medlemmer med henblik på at skræddersy et forslag til indhold af seminaret og de områder, der er særlig relevante for virksomhedens ledergruppe. Varigheden af ledelsesseminaret vil typisk være 1-2 dage.

### Eksempler på emner på ledelsesseminaret:

- 1) Virksomhedens værdi-grundlag
- 2) Hvilke områder er særlig vigtige for os at fokusere på for at få et velfungerende lederteam?
- 3) Ledergruppens opgavekatalog
- 4) Implementeringsplanen
- 5) Ledergruppemødets indhold
- 6) Planlægnings- og udviklingssamtaler
- 7) Lederens ansvar og opgaver
- 8) Afdelingens opgavekatalog

## Ad 5)

### Salgsudvikling igennem distributører og forhandlere

Hovedparten af danske mindre – og mellemstore virksomheder anvender en række forskellige salgskanaler for at sælge og markedsføre deres produkter og opnå en tilfredsstillende markedsdækning.

***Konsulentfirmaet Ivan Bach tilbyder at gennemføre en mellemhandler-analyse, som vil give virksomheden vigtige input og løsninger på, hvorledes virksomheden i fremtiden kan udvikle salget igennem såvel nuværende som nye salgskanaler***

#### ***I analysen vil typisk indgå:***

- 1) Interviews med virksomhedens medarbejdere og ledelse
- 2) En gennemgang og evaluering af resultaterne og indsatser igennem de nuværende mellemhandlere.
- 3) Interview med udvalgte mellemhandlere med henblik på at kunne identificere samarbejdet og relationen imellem virksomheden og mellemhandleren.
- 4) Seminar med ledelse og nøglemedarbejdere
- 5) Hvordan kan vi dokumentere vores metoder og værktøjer som vi anvender i samarbejdet med mellemhandlerne?

## Ad 6)

### Sparringspartner for virksomhedens ledelse og medarbejdere i forhold til virksomhedens fortsatte udvikling. "Huskonsulent"-opgaver.

Konsulentfirmaet Ivan Bach tilbyder at fungere som virksomhedens

#### "Hus-Konsulent".

Der er en række fordele for både virksomheden og konsulenten:

*"Huskonsulenten" er huskendt med ledelsen og medarbejderne og kan derfor hurtigt og effektivt løse de konsulentopgaver, som virksomheden kan have behov for.*

*Med baggrund i konsulentens indgående viden om virksomheden og den branche, den befinder sig på, giver den bedste garanti for at processen og løsninger målrettes efter virksomhedens situation og mål.*

---

Eksempler på opgaver for "huskonsulenten":

- 1) Sparringspartner for virksomhedens ledelse og ledergruppe
- 2) Udvikling af kompetencerne hos fremtidens nøglemedarbejdere og talenter.
- 3) Afholdelse af seminarer tilpasset virksomheden
- 4) Sikre dokumentation og struktur på de afgørende salgsprocesser i virksomheden.
- 5) Deltage i forskellige udviklings- og analyseopgaver, som passer til konsulentens baggrund og erfaringer.

## Ad 7)

### **Kvalitative kundeanalyser med fokus på kundens bedømmelse af samarbejdet og ideer til virksomhedens fortsatte udvikling.**

Konsulentfirmaet Ivan Bach tilbyder at gennemføre kvalitative kundeanalyser for virksomheder, som ønsker et mere dybdegående indblik i de vigtigste kunders oplevelser af samarbejdet med virksomheden.

Virksomheden ønsker kundeorientering og at anvende kundernes ideer og forslag til en fortsat udvikling af virksomheden.

***Ved en kvalitativ kundeanalyse forstås dialog baserede samtaler imellem virksomhedens vigtigste kunder - nuværende og nye - og konsulenten.***

***Konsulenten har i samarbejde med virksomheden udarbejdet en åben spørgeguide, som sikrer, at alle væsentlige områder drøftes og evalueres i dialogen med kunden.***

Ved at anvende den kvalitative interviewform får virksomheden ofte en unik information fra virksomhedens vigtigste kunder sammenlignet med den informationsværdi, som kan skaffes via spørgeskema-baserede kundeanalyser.

#### **Den typiske proces vil være:**

1. Fastlæggelse af mål og ambitionsniveau for kundeanalysen
2. Fastlæggelse af kundens bedømmelseskriterier
3. Gennemførelse af 6-15 interviews med udvalgte kunder á ca. 1-2 timers varighed.
4. Sammenstilling af analysens resultater
5. Drøftelse af resultater med ledelse og medarbejdere
6. Identifikation af forbedrings – og udviklingsområder
7. Opgavekataloget

## Ad 8)

### **Bestyrelsesarbejde.**

***Konsulent Ivan Bach tilbyder bestyrelsesarbejde med det sigte at bidrage positivt til udvikling af virksomhedens salgs – og markedsstrategi, resultater, og salgsorganisation.***

## Personprofil for Ivan Bach

Ivan Bach er 47 år og uddannet Cand. Oecon fra Århus Universitet i 1989.

Ivan Bach har godt 20 års praktisk erfaring med salg og ledelse i handels- og produktionsvirksomheder på det industrielle marked.

Til denne erfaring hører bl.a., at Ivan Bach gennem en årrække har fungeret som salgschef og direktør. Ligeledes har Ivan Bach været ansat i en konsulentvirksomhed og har gennemført en række salgsudviklingsprojekter i et tæt samarbejde med virksomheder inden for en række forskellige brancher.

Ivan Bach er ansat som Ekstern lektor på Århus Universitet i faget "Distribution og E-handel", og er endvidere tilknyttet HD-studiet ved Handelshøjskolen i Århus som vejleder.



## kontakt

### **KONSULENTFIRMAET IVAN BACH**

Nørre Allé 9

DK- 8930 Randers NØ

Mobiltelefon: +45 5338 5530

Email: [konsulentfirmaet@ivanbach.com](mailto:konsulentfirmaet@ivanbach.com)

Hjemmeside: [www.ivanbach.com](http://www.ivanbach.com)

Kontaktperson: Ivan Bach