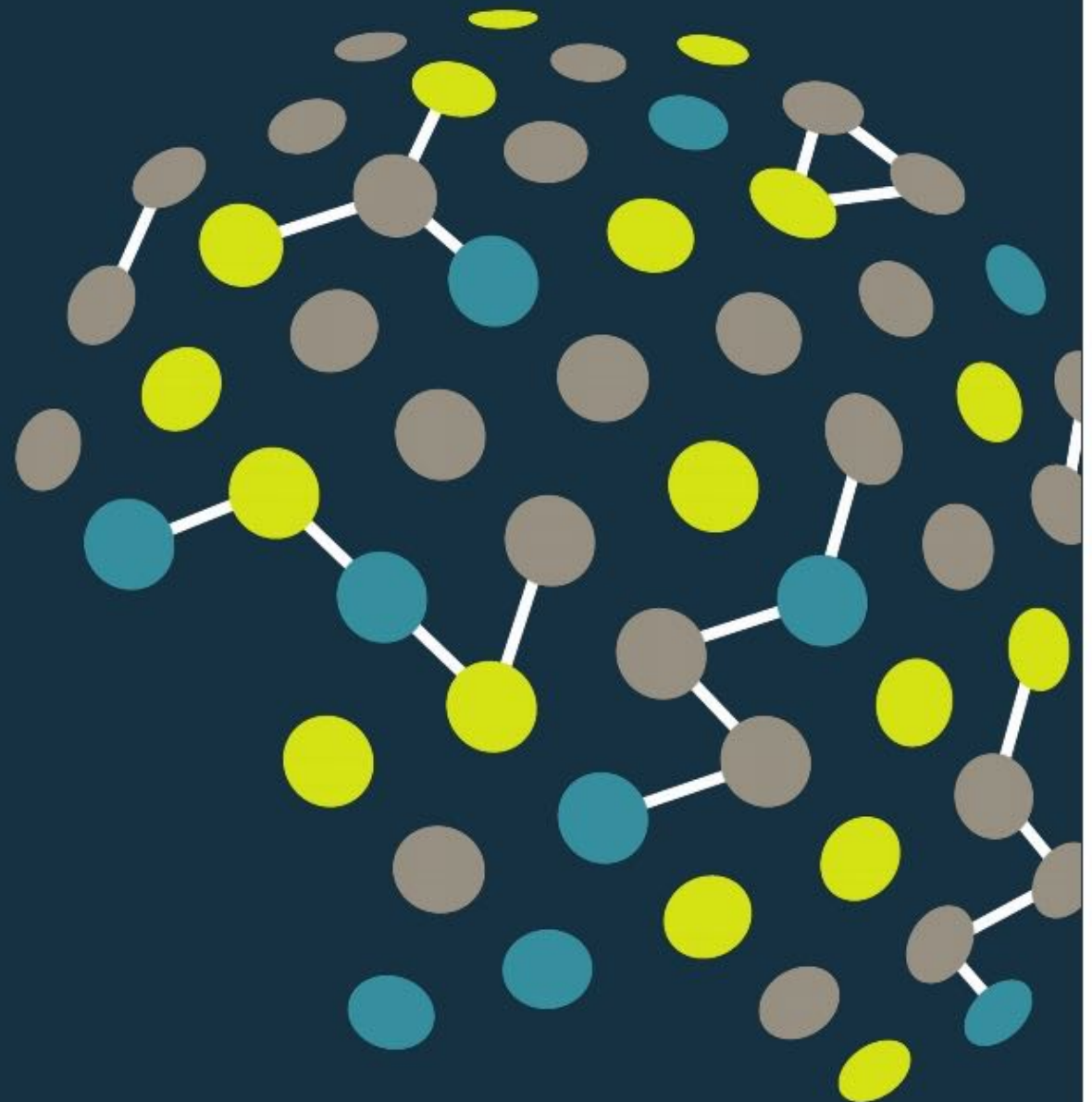


MERCURI  
international

STUDIJA SLUČAJA

# ABB I MERCURI INTERNATIONAL

Koncept prodaje na temelju vrijednosti





Operacije u više  
100 zemalja



Više od 147,000  
zaposlenika



4 područja globalnog  
liderstva

### O ABB

ABB je tehnološki lider koji pokreće digitalnu transformaciju industrije. S poviješću inovacija koja traje više od 130 godina, ABB ima četiri globalno vodeća poduzeća usmjerena na kupca: Elektrifikacija, Industrijska automatizacija, Kretanje, Robotika i Automatizacija, podržana digitalnom platformom ABB Ability™. ABB posluje u više od 100 zemalja s otprilike 147 000 zaposlenih.

Razgovarali smo s Bérengère Dio i Allan Mitchell iz ABB Akademije kako bi sagledali inovativne pristupe koje su oni poduzeli kako bi napravili promjene u radu prodajnih predstavnika i zbog čega su izabrali Mercuri International kao trening partnera.

### TRŽIŠTE - IZAZOV

S tako velikom, diversificiranom kompanijom koja posluje u velikom broju industrija, primarni izazov je kako oblikovati trening program koji će biti globalno prihvaćen i obuhvatan, imajući u vidu sve razlike koje ima svaka regija i specifičan industrijski segment.

“Svaka je zemlja imala priliku prilagoditi VBS (Value Based Selling) radionicu uz podršku Mercuri lokalnog konzultanta koji bi odabrao, na primjer, primjeren slučaj relevantan za svakodnevni rad njihovih prodavača.”

– Bérengère Dio, Global Training Manager

---

Kako bi se suočio s tim izazovom, ABB je osnovao akademiju, centralizirajući protokole osposobljavanja u jednu jedinicu koja bi tada mogla nadgledati programe širom svijeta. Svjesni novih trendova u prodaji posebno na treningu, donesena je odluka da se prijeđe iz pristupa usmjerenog na proizvod na pristup usmjeren na kupca, korištenjem ABB stručnost u industriji, istovremeno priznajući potrebu za aktivnim slušanjem kupca, procjenjujući njegove potrebe i stvarajući rješenja po mjeri, a ne oslanjajući se samo na njihovu tehnička nadmoć.

*“Prije partnerstva s Mercurijem nismo imali standardizirani pristup - naši prodavači bili su usredotočeni na svoje pregovore - kvaliteta i tehničke specifičnosti naše ponude - htjeli smo našim prodavačima otvoriti nove perspektive u pregovorima ...”*

– Bérengère Dio, Global Training Manager

Prije osnivanja akademije svaki odjel tvrtke je donosio vlastiti izbor treninga, često odabirući lokalne pružatelje usluga s malo koordinacije ili globalne korporativne dosljednosti. Ako je ABB i dalje želio imati prodajni pristup koji se podudara s kvalitetom svojih proizvoda i usluga tada se to trebalo promijeniti.

Allan Mitchell, voditelj Akademije objašnjava odluku o izboru Mercuri Internationala:

*“Odjel Elektrifikacije je odlučio provesti potpuno restrukturiranje prodajne sile - prodajni timovi od četiri ili pet poslovnih linija integrirani su u globalni tim za marketing i prodaju pod vodstvom jednog direktora.”*

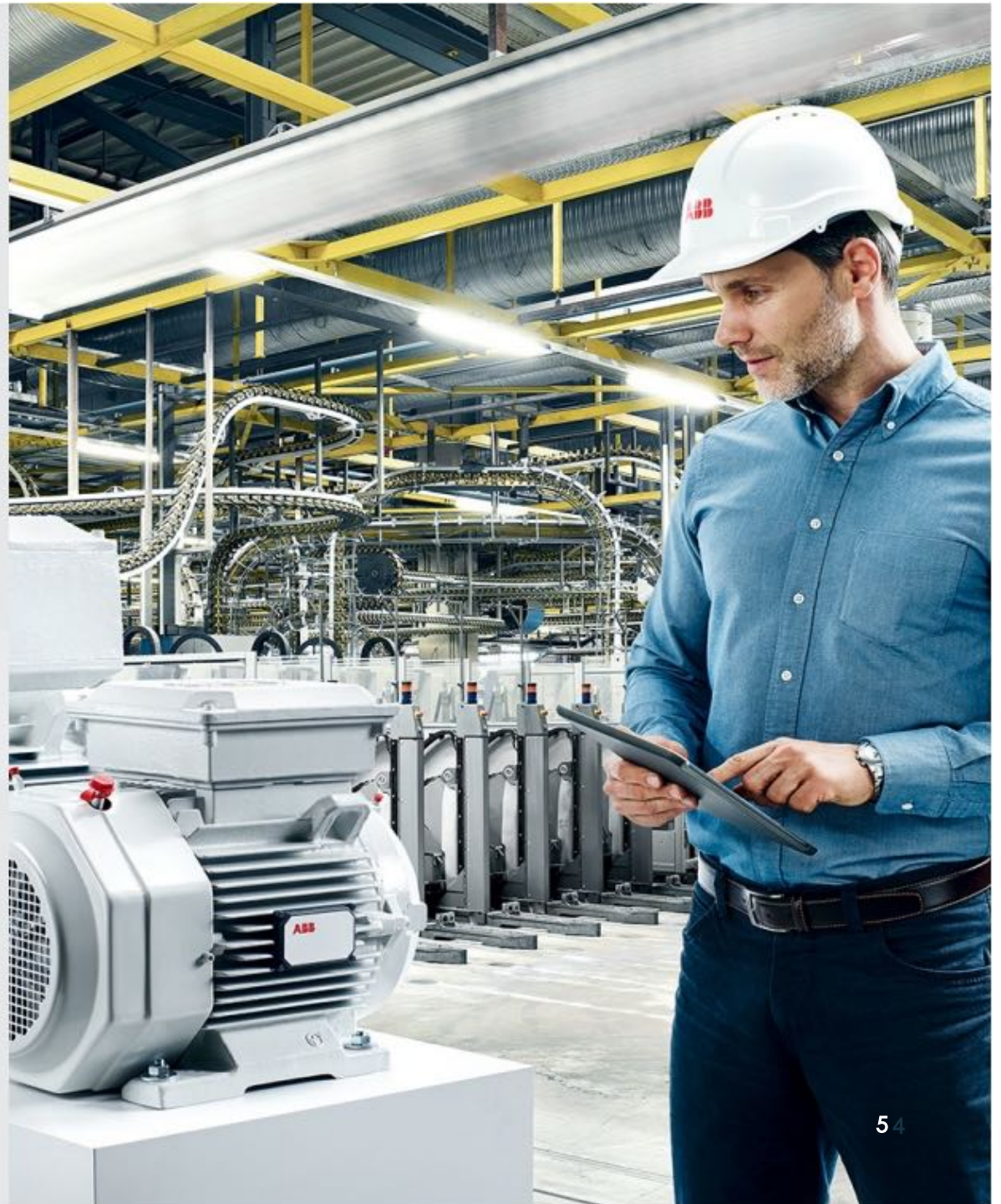


### STRUJA – SVE JE U “OTPORU”

Bilo kakav trening je balansiranje. ABB-ovi prodajni timovi bili su iskusni, izuzetno upućeni stručnjaci za proizvode - s tim iskustvo dolazi do stupnja otpora promjenama. Za Akademiju za razvoje, da bi bila uspješna, trebalo je uvesti nove ideje u formatu koji su inženjeri prodaje smatrali privlačnim i korisnim. Postojeći prodajni pristup bio je prilično tradicionalan i linearan, usmjeravajući se snažno na tehničke aspekte proizvoda, stjecanje što više potencijalnih klijenata, a zatim osvajanje kupaca. Da bi se prodaja razvijala, timovi su trebali biti osposobljeni razmišljati iz sasvim druge perspektive.

*“Skloni smo se doživljavati kao stručnjaci, ali zapravo kupci žele da pokažemo da mi možemo razumjeti njihov svijet - da možemo slušati njihove izazove ... ”*

– Allan Mitchell, Global Head





Ideja na kojoj se temelji VBS je relativno jednostavna - vrijednost proizvoda ili usluge za kupca nije određena s cijenom, već s dodatnom vrijednošću koju proizvod ili usluga stvara kompanijskim operacijama.

## JEDINSTVENA FILOZOFIJA

*Kada se odlučujete za jedinstven, objedinjeni program razvoja prodaje, Akademija je tražila onaj koja odgovara filozofiji usmjerenja na kupca. Prodaja temeljena na vrijednosti (VBS) bila je savršeno podudaranje. Ideja VBS-a relativno je jednostavna – vrijednost proizvoda ili usluge kupcu nije određena njegovu cijena već dodatnom vrijednošću koju donosi operacijama tvrtke. Formula je jednostavna – **KORIST minus CIJENA = VRIJEDNOST.***

*Drugim riječima, relativno skup proizvod, ako se može dokazati da donosi koristi za kupca - materijalno ili nematerijalno - bolja je vrijednost od jeftinijeg ako su te koristi veće.*

*VBS je posvećen razumijevanju potreba kupaca i nudi rješenje koje im pruža maksimum korist. To zahtijeva više od pukog razumijevanja prednosti proizvoda ili usluge - to znači razumijevanje prednosti za pojedinačnog kupca. Ne postoji pristup 'one-size-for-all' – on zahtijeva da se prodajni timovi osposobe za pravilan rad detaljno analizirajući specifičnu situaciju (potencijalnog) kupca. Samo onda donose svoje znanje iz portfelja proizvoda, prodaju kupcu ono što mu treba - ne samo artikl koji prodajni timovi žele prodati.*

*“VBS ne samo da se uklapa u osnovne prodajne aktivnosti – on je sveobuhvatan prodajni pristup. Uspjeli smo prodajne timove načiniti više usmjerenim na kupce i rješenja za njih.”*

– Allan Mitchell, Global Head

Kada je prije 3 godine ABB isprva započeo proces traženja VBS trening partnera, morali su pronaći tvrtku koja odgovara njihovim zahtjevima. Traženje ravnoteže između globalnih poruka i regionalnog razumijevanja - Mercuri International bio je logičan izbor. S konzultantima koji posluju u preko pedeset zemalja, Mercuri je imao sve elemente za izvođenje programa razvoja u svim ciljnim regijama, s konzultantima koji su mogli primijeniti svoje lokalne specifičnosti i stručnost u industriji.

Presudni u ovom procesu bili su sami treneri - s bogatim iskustvom B2B prodaje, Mercuri treneri imali su profesionalan kredibilitet za suradnju s ABB-ovim prodajnim timovima, razumijevanje njihovog svakodnevnog radnog opterećenja i izazova. Uzajamno poštovanje između trenera i polaznika bio je jedan od najvažnijih elementa u prevladavanju otpora promjenama i tradicionalnim prodajnim navikama.



### MODULARNO, PRILAGODLJIVO I RELEVANTNO

Mercuri je predložio sedmomjesečni program certificiranja za ABB-ove stručnjake za prodaju. Program je pažljivo osmišljen za izbjegavanje opterećenja prodajnih timova, vodeći računa da se količina ometanja svede na najmanju moguću mjeru, odnosno da se ABB zaposlenici mogu fokusirati na svoju primarnu svrhu - interakciju s kupcima.

Program je naglasio modularno e-učenje. Glavnina treninga koji se sastoji od webinarâ (maksimalnog trajanja od oko sat vremena) ili digitalnih modula trajanja otprilike 20 minuta. Oblikovanjem treninga na kraće dijelove, prodajni timovi mogli su učiti bez ometanja svojih poslova.

Sadržaj razvojnog programa posebno je razvijen za ABB, sa stvarnim, industrijski specifičnim scenarijima i sadržajima. Tri dana igranja uloga, licem u lice, iskoristili su svo znanje koje su ABB-ovi prodajni timovi stekli, omogućujući im da pokažu koliko uspješno su preuzeli sve sadržaje i prilagodili ih realnim svakodnevnim situacijama.

*“Ne radi se o guranju proizvoda, već o stvarnom preuzimanju VBS razmišljanja i postavljanja kritičkih pitanja, unošenjem znanja i iskustava iz sličnih situacija te stvarno slušajući kupce. I to je nešto na što VBS izvrsno ispunjava. Dakle, bilo je stvarno savršeno.”*

– Allan Mitchell, Global Head

Uz to, kontinuirano praćenje i podučavanje, bili su presudni u nastojanju da prodajni timovi preuzimaju nove vještine. Potaknuti su da napišu mini studije slučaja, gdje mogli su pokazati kako su koristili VBS tehnike za zaključivanje prodaje, povećanje tržišnog udjela ili povećanje kupčeva zadovoljstva. Program je bio dinamičan, s ciljem zadovoljavanja individualnih potreba i nastojanjem da svi mogu napredovati u tempom i na način koji im odgovara. Daljnja snaga programa je da nije bio samo za prodajne stručnjake – program je također uključio i prodajne menadžere, podučavajući ih najviše i pravcu kako učinkovito primijeniti VBS metodologiju.





## A REZULTATI?

Da bi program razvoja bio uspješan, mora angažirati polaznike - mora ih potaknuti na razvoj praktičnih vještina i na želju za učenjem. Pružanjem sadržaja koji je bio točno usklađen sa stvarnim ulogama polaznika, Mercuri je pomogao ABB-u stvoriti pravi osjećaj napretka i postignuća - prodajni timovi mogli su aktivno vidjeti i osjetiti korist od novih vještina koje su stjecali.

Povratne informacije od polaznika su vrlo pozitivne. Program je ocijenjen prosječnom ocjenom NPS-a od 65. Prijenos pozitivnih informacija u ABB timu pomogao je prevladati svaki početni otpor kod iskusnih prodajnih inženjera. Prodajni timovi su ostvarili opipljive, vidljive koristi u smislu konverzija prodajnih prilika, tržišni udjela i veličina potpisanih poslova.

## VBS U BROJEVIMA

€1m

“Napravio sam €1m u Q1 2019 – najbolje do sada...”

€350k

“Osvojili smo 3 velika projekta u vrijednosti od 350k €...”

95%

“Dobili smo 95% nabave kod 3 velika kupca...”

€150k

“Prodali smo dodatnih proizvoda u vrijednosti od €150k ...”

“Jedna od najvećih snaga Mercuri Internationala je njihova fleksibilnost i sposobnost prilagodbe – ono što velika većina ponuđača ne posjeduje.”

– Bérengère Dio, Global Training Manager

### I ŠTO JE SLJEDEĆE?

Zapravo, VBS trening koji je ABB pokrenuo za prodaju i marketinške timove pokazao su toliko popularnim i uspješnim da postoje planovi za uvođenje programa u druga područja tvrtka s pomoćnim prodajnim osobljem. ABB direktor Allan Mitchell primijetio je da je program imao puno dublji utjecaj nego što je u početku očekivao:

“Razvojno putovanje s Mercuri Internationalom upotpunilo je naše organizacijsko nastojanje dok se odmaknemo od eksperata za proizvode prema ekspertima za izrade rješenja za naše kupce.”

– Allan Mitchell, Global Head

---

Više informacija potražite na  
[mercuri.hr/insights/vbs/](https://mercuri.hr/insights/vbs/)

I... na kraju kakvo je iskustvo u suradnji s Mercuri Internationalom?

“Mercuri uvijek donosi zajamčenu vjerodostojnost B2B prodaje i izazov koji ABB traži kako bi pomogao u podizanju razine kvalitete naših rješenja i vještine prodaje temeljene na vrijednosti svjetske klase, bilo u Bangaloreu ili Pekingu, Coventryu ili Zagrebu.”

– Allan Mitchell, Global Head

---



The logo for Mercuri International is centered in the upper half of the slide. It consists of the word "MERCURI" in a bold, uppercase, sans-serif font, with the word "international" in a smaller, lowercase, sans-serif font directly below it. The entire logo is enclosed within a thin white square border.

MERCURI  
international

Svake godine Mercuri International osnažuje tvrtke u preko 50 zemalja u pravcu postizanje izvrsnosti prodaje. Sa svojim partnerima radimo i lokalno i globalno. Stvaramo prilagođena rješenja, nudeći stručnost u industriji. Razvijamo ljude, te razvijamo alate i procese kako bi odgovorili na svaki prodajni izazov.

[mercuri.hr](http://mercuri.hr)

