

'Samen naar sucCES'

In het ondernemersklimaat van vandaag, waarin concurrentie onbegrensd is en de beschikking over kennis en technologie onbeperkt lijken, zoeken veel organisaties naar effectieve manieren om hun concurrentiepositie te verstevigen. Talloze reorganisaties en veranderingstrajecten leren dat de enige manier om werkelijk concurrentievoordeel op te bouwen, ligt in het versterken van het menselijk kapitaal binnen de onderneming.

CESnederland weet dit als geen ander. De specialist in mechanische- en elektronische sluitsystemen heeft haar medewerkers de afgelopen jaren uitvoerig getraind, om eenieder (weer) in zijn kracht te zetten en talenten verder te ontwikkelen. "Sinds de oprichting van CESnederland in 2008 is onze onderneming in zeer rap tempo gegroeid", vertelt directeur Ronald Boon. "Een moment van bezinning en verfrissing is dan gewenst. We hebben trainingen gevolgd over bijvoorbeeld een juiste mindset, de relatie tussen doelgerichtheid en succes, gesprekstechnieken en het belang van goed luisteren, om zo onze dienstverlening richting klanten nog verder te optimaliseren. Want waar veel bedrijven focussen op het binnenhalen van nieuwe klanten, geloven wij juist dat ons potentieel bij onze bestaande klanten ligt."

Kennis delen

"De trainingen hebben ons zo enthousiast gemaakt, dat wij onze ervaringen graag delen met onze relaties", vertelt hij. "Daarom hebben we afgelopen jaar de CESacademy opgericht. Deze academy functioneert als een soort kapstok waarbinnen diverse eendaagse trainingen en informatieavonden worden georganiseerd, met als doel om op een unieke manier verbinding te maken met onze distributiepartners én onze klantrelatie nog verder te verstevigen, door kennis op vakniveau te delen. De afgelopen maanden hebben we in de CES-trainingsruimte in Apeldoorn onder andere verkopers, accountmanagers en adviseurs van hang- en sluitwerk getraind in sales-/verkoopstechnieken, maar ook in Missie, Visie en Strategie: wat is het? Hoe bepaal je ze? En wat zijn de valkuilen? Uiteraard worden hierbij met een knipoog onze laatste innovaties besproken, maar wel op een ongedwongen manier. Daarbij hebben cursisten de mogelijkheid om – bijvoorbeeld tijdens de pauze – een rondleiding door ons bedrijf te krijgen, waar veelvuldig gebruik van wordt gemaakt."

Vanwege het succes van CESeasy®, een toegangsverleningsconcept speciaal ontwikkeld voor de extramurale zorg, heeft CESnederland onlangs een technische training voor installateurs geïntroduceerd. "Daarnaast hebben we recent een sluitplantraining ontwikkeld, waarin alle facetten om tot een optimaal sluitplan te komen, tot in detail worden behandeld", vertelt Boon. "Zodat onze dealers met de juiste kennis en vaardigheden bij hún klanten aan tafel komen." Tijdens de training leren verkopers, accountmanagers en adviseurs – in jip-en-janneketaal – de juiste vragen te stellen, door te vragen én te luisteren, vertelt hij. "Want is de klant op zoek naar een systeem met of zonder patent? Wenst men een standaard sleutel of een keersleutel? En hoe zit het met eventuele aanvullende functies? Kan aan de binnenzijde van de deur het best een standaard- of knopcilinder worden voorzien? Is aan alle voorzieningen voor de vluchtroutes gedacht? Wordt het sleutelplan in de toekomst mogelijk nog uitgebreid? En wat is het beschikbare budget? Alleen door al deze facetten

vooraf inzichtelijk te hebben, kan een op maat sluitplan worden ontwikkeld, met een tevreden eindklant als resultaat.”

Zoals bij alle trainingen van de CESacademy, wordt ook bij de sluitplantraining een gezonde balans geboden tussen theorie en praktijk, vertelt Boon. “Voor het praktijkdeel hebben we een complete opzet gemaakt van een gebouw, waarvoor de cursisten een sleutelplan op maat mogen ontwikkelen, waarbij zij uiteraard worden begeleid door onze specialisten.”

Klantspecifieke aanpak

De trainingen worden veelal verzorgd door externe trainers, vertelt Boon. “Stuk-voor-stuk specialisten in hun vakgebied die hun trainingen – samen met ons – steeds klantspecifiek ontwikkelen. Zodat onze klanten ook echt dié training krijgen, waar ze naar op zoek zijn.” Voorafgaand aan iedere training wordt hiertoe stevast een afspraak gepland met de directie/verkoopleiding van het bedrijf, om inzicht te krijgen in de klantvraag en het niveau/de kennis van de cursisten. Tevens wordt de training ter inzage voorgelegd. “Na afloop vindt altijd een evaluatie plaats, waarbij we tevens kijken of eventuele vervolgttrainingen gewenst zijn.”

De eerste reacties op deze aanpak én de trainingen zijn zeer positief, vertelt hij. “Rapportcijfers van 9 en zelfs 10 zijn steeds aan de orde. Een enorm compliment voor onze inspanningen. Men vindt het heel gaaf om te ervaren dat wij – als leverancier – ook op een andere manier met onze relaties meedenken. Dat wij medewerkers van klantbedrijven iets meegeven waar zij hún voordeel uit kunnen halen. Want de trainingssessies zijn wat ons betreft pas geslaagd wanneer de deelnemers de geleerde stof toepassen in de praktijk en hierbij positief terugdenken aan CESnederland.”

Maximale sparringpartner

“Als producent zitten we echt náást onze distributiepartners, waardoor prachtige verbindingen kunnen ontstaan, op alle niveaus”, besluit Boon. “In de toekomst willen we dit nog verder uitbouwen, door nog meer trainingen aan te bieden. Bijvoorbeeld op het gebied van elektrotechniek. Veel ijzerhandelaren beschikken over alle knowhow op mechanisch gebied. Elektronische producten vragen echter andere kennis en kunde, die wij graag met hen delen.”