



MERCURI INTERNATIONAL

# Uvajanje koncepta Prodaje vrednosti pri AHI Carrier

# Uvajanje koncepta Prodaje vrednosti pri AHI Carrier

## Zakaj Mercuri?

Ker so prepoznali, da se spreminja način, kako stranke delujejo, je AHI Carrier želel nadgraditi pristop k prodaji v svojem servisnem oddelku. Ta je tradicionalno deloval reaktivno – odpravljal je težave strank, ko so se pojavile, namesto da bi proaktivno prepoznaval dodatne priložnosti za ustvarjanje vrednosti. Zato je AHI Carrier v sodelovanju z Mercuri International razvil in uvedel program usposabljanja za Prodajo vrednosti (Value-Based Selling), posebej prilagojen temu namenu.

AHI Carrier, globalni vodilni ponudnik rešitev na področju ogrevanja, prezračevanja in klimatizacije (HVAC), posluje v več kot 100 državah z raznoliko ponudbo izdelkov in storitev. S 500 zaposlenimi v 30 predstavništvih po vsem svetu AHI Carrier zagotavlja tako prodajo opreme kot poprodajne storitve, vključno z vzdrževanjem, s popravili in z rešitvami za modernizacijo.

## Izziv

Servisne ekipe podjetja AHI Carrier so že dolgo znane po svojih izjemnih tehničnih sposobnostih in predanosti zadovoljstvu strank. So se pa s spreminjanjem pričakovanj strank pojavile priložnosti za nadgradnjo vloge servisnega osebja iz »reševalcev problemov« v bolj svetovalno in na vrednost usmerjeno prodajno miselnost.





Ključni izzivi na poti spremembe:

- **Sprememba miselnosti:**  
Servisne ekipe so bile vajene predvsem reševanja tehničnih težav. Preusmeritev v bolj svetovalno in prodajno usmerjen pristop pa je zahtevala spremembo miselnosti ter dodatno podporo pri razvoju teh veščin.
- **Priložnost za razvoj:**  
Čeprav so bili člani ekip tehnično zelo usposobljeni, so imeli manj izkušenj s poslovnimi pogovori. Za uspeh so potrebovali nova orodja, tehnike in večjo samozavest v prodajnih situacijah.
- **Potreba po prilagojenem usposabljanju:**  
Standardni prodajni učni moduli niso ustrezali posebnostim servisnih vlog, kjer je v ospredju skrb za dolgoročne odnose s strankami. Zato je bilo treba razviti namenski program.
- **Izzivi globalne uvedbe:**  
Usposabljanje je bilo treba prilagoditi različnim regijam, njihovim kulturnim posebnostim in specifičnim operativnim zahtevam, kar je zahtevalo premišljeno zasnovo in lokalno prilagodljivost.
- **Ohranjanje sprememb v praksi:**  
Ključen izziv je bil zagotoviti, da se novo pridobljene prodajne veščine ne uporabijo le kratkoročno, temveč postanejo trajen del vsakodnevnega dela in kulture podjetja.



## Mercurijeva rešitev

Mercuri International je začel z vključitvijo konzultanta z bogatimi izkušnjami na področju transformacije servisnih dejavnosti. To je zagotovilo, da program ni bil zgolj splošen prodajni tečaj, temveč praktičen in življenjski trening, ki je nagovarjal tehnično usmerjene servisne inženirje AHI Carrier.

Pilotni projekt so zagnali v Grčiji – državi, kjer ima AHI eno najdlje delujočih servisnih enot. Lokalni grški trener je bil certificiran v metodologiji, kar je zagotovilo kulturno ustreznost in učinkovito izvedbo programa. Čeprav so pripravljale delavnice, namenjene oblikovanju vsebine, potekale z ekipo na Novi Zelandiji, je bila za pilotni projekt izbrana Grčija zaradi visoke stopnje organizacijske pripravljenosti.

Model usposabljanja je združeval osebne in virtualne komponente ter omogočal strukturirano učenje z vgrajenimi mehanizmi za utrjevanje znanja. Inženirji so pridobili praktična orodja, ki so jim pomagala novo pridobljena znanja vključiti v vsakodnevno delo – od referenčnih scenarijev za vključevanje s strankami do predlog za spremljanje prodajnih priložnosti (pipeline). Močna medfunkcijska podpora kadrovske službe in komercialnega vodstva v Grčiji in Združenih arabskih emiratih je pomagala uveljaviti program v širši organizaciji, medtem ko je globalno usklajevanje Mercurija poudarilo njegovo sposobnost izvajanja kompleksnih uvedb prek meja.

*“To je dejansko povzročilo popolno spremembo miselnosti v ekipi. Zdaj so veliko bolj proaktivni.”*

– Iain Begg, AHI Carrier



### **Oblikovanje razvojnega programa:**

Pod vodstvom izkušenega Mercurijevega konzultanta.

### **Faza raziskovanja:**

Izhodišča zbrana na Novi Zelandiji; pilot izveden v Grčiji.

### **Format treninga:**

- 2 celodnevna treninga v živo;
- 4 virtualni spremljevalni coachingi;
- predloge za CRM, sledenje prodajnih priložnosti in pogovor s strankami.

### **Lokalna izvedba:**

Za izvedbo je bil certificiran grški trener z namenom zagotovitve kulturne usklajenosti.

### **Medfunkcijsko sodelovanje:**

Vključenost kadrovskih in komercialnih ekip iz Grčije in ZAE.

### **Globalna koordinacija:**

Program zasnovan v Avstraliji, voden iz Švedske, izveden v Grčiji.

## Rezultati in merila uspešnosti

Program usposabljanja je prinesel konkretne in otipljive izboljšave za servisno dejavnost podjetja AHI Carrier:

- **Rast prihodkov:**

Prodajna uspešnost se je v prvem letu po uvedbi v Grčiji povečala za 25%.

- **Organizacijsko prestrukturiranje:**  
Uspeh programa je privedel do oblikovanja namenskih prodajnih ekip v servisni dejavnosti, kar je dodatno utrdilo prehod iz reaktivnega v proaktivni servisni model.
- **Nove strateške pridobitve:**  
Pristop Prodaje vrednosti (Value-Based Selling) je prispeval k pridobitvi pomembne nove stranke v Grčiji. V enem letu je AHI Carrier sklenil pogodbe za več enot 30XBE1300, projekte modernizacije in regulacije, vzdrževalno pogodbo za ključne tovarniške hladilne enote (Bitzer, Copeland, Howden) ter storitve popravil za hladilnike in sisteme za obdelavo vode drugih proizvajalcev. V teku je tudi širša pogodba za hladilne sisteme.
- **Razvoj zaposlenih:**  
Mladi inženirji, kot je Christina iz Grčije, so z veseljem sprejeli program in napredovali v vodilne prodajne vloge.
- **Standardizirani prodajni procesi:**  
Predloge, razvite med treningom, so danes sestavni del vsakodnevnega dela, saj zagotavljajo dosledno spremljanje in razvoj prodajnega procesa.
- **Sprememba v načinu vključevanja strank:**  
Inženirji so začeli prepoznavati priložnosti za dodatno prodajo (upselling) in navzkrižno prodajo (cross-selling), kar je privedlo do večjega zadovoljstva strank in inovacij v servisnih storitvah.

## Pogled naprej

Program usposabljanja za Prodajo vrednosti (Value-Based Selling), ki ga je Mercuri International izvedel za AHI Carrier, se je izkazal kot prelomna pobuda, saj je spremenil miselnost servisnih inženirjev – iz reaktivnih izvajalcev so postali proaktivni svetovalci. S prilagoditvijo programa posebnim potrebam servisnih ekip, z uporabo lokalnih trenerjev in vgradnjo praktičnih orodij za dolgoročno uporabo je AHI Carrier dosegel pomembne izboljšave tako v prihodkih kot v operativni učinkovitosti.

Medtem ko se podjetje sooča z organizacijskimi spremembami, so bili postavljeni temelji za globalno implementacijo projekta, pri čemer med prvimi razmišlja tudi o Južni Afriki. Uspeh v Grčiji je pokazal jasno donosnost naložbe (ROI), ob podpori internih zagovornikov in z vpeljanimi procesi pa partnerstvo med AHI Carrier in Mercuri International potrjuje, kako močan vpliv ima strateško in dobro izvedeno prodajno usposabljanje v servisni dejavnosti.

“Razumejo vaš izziv, imajo bogate izkušnje in poznajo naš posel. O tem sodelovanju lahko rečem le najboljše.”

– Iain Begg, AHI Carrier







Razvijajte svoje ljudi  
Razvijajte svoj posel



**MERCURI**  
international