

PROFESOR WILLEM VERBEKE

# Stale się rozwijaj **stale odkrywaj** i korzystaj z naszego szkolenia

Otoczający nas świat zmienia się błyskawicznie. Rozwój informacyjny i technologiczny odbywa się w niespotykanym tempie. Pozostają więc dwie opcje: albo się dostosujesz, albo odpadasz. Dostosowanie wymaga zaangażowania w ciągły rozwój osobisty, podejmowania wyzwań oraz udziału w dodatkowych szkoleniach. W tym kontekście Purmo Radson LVI opracowała zakres programów edukacyjnych i szkoleniowych. Jedno ze szkoleń przygotowano we współpracy z firmą Professional Capital oraz Uniwersytetem Erazmusa w Rotterdamie.

“Ten świat jest dziwny” brzmi wprowadzające stwierdzenie profesora Willema Verbeke z Professional Capital. To on wraz z Maartenem Colijnem opracował intensywny program szkolenia przeprowadzonego na Uniwersytecie Erazmusa w Rotterdamie dla wyższej kadry zarządzającej Purmo Radson LVI. “Uważam, że świat jest dziwny, ponieważ nie mamy już pamięci. Wydarzenia nabrały tak ogromnego tempa, że nie mamy czasu zachowywać docierających do nas informacji. Reagujemy więc w sposób pierwotny i spontaniczny, co oznacza, że nasza elastyczność jest decydującym kryterium sukcesu w życiu prywatnym i zawodowym. Nie oznacza to jednak, że trzeba podążać za każdym nowym nurtem. Należy raczej z optymalną elastycznością śledzić ważne dla nas wydarzenia. Musimy przewidywać i uczyć się. Każdego dnia. Tak to przynajmniej wygląda w teorii.”

#### ZOBOWIĄZANIE

“Przedsiębiorstwa i organizacje najbardziej cenią osoby o wysokiej inteligencji społecznej. Angażują się one w rozmowy biznesowe z partnerami w sposób czujny i pełen zrozumienia dla drugiej strony. Dzięki temu lepiej potrafią przetworzyć otrzymane informacje w konkretne, pragmatyczne działania i rozwiązania. Takie, jakich oczekują nasi partnerzy. Ponieważ oni również chętnie dzielą się wiedzą, aby osiągnąć we współpracy z nami kolejny poziom. Klienci też

borykają się z problemem nadążania za błyskawicznym rozwojem wypadków. A my jesteśmy oczywiście zdeterminowani aby pozostawać w czołówce! A więc kluczem do sukcesu jest praca zespołowa.”

#### NOWE MOŻLIWOŚCI

Profesor Willem Verbeke kontynuuje, “Specjaliści do spraw sprzedaży mają inteligencję społeczną w genach. Innymi słowy: są przedsiębiorczy. To nie dzieje się



jednak samo z siebie, trzeba się postarać. I nie chodzi tu o to, czego my chcemy, ale czego chce klient. Jeśli mamy odnieść sukces i wyróżnić się, musimy przedkładać interes klienta nad swój własny. Czytać między wierszami i poszukiwać ukrytych potrzeb.”

#### UCZYMY SIĘ NA BŁĘDACH

“Aby przez długi czas wyróżniać się i odnosić sukcesy, niezbędna jest wzajemna wymiana informacji oraz wiedzy. Wymiana myśli

przynosi korzyści zespołowi i całej firmie” wyjaśnia profesor Willem Verbeke. “W końcu zarówno ludzie, jak i firma, muszą się rozwijać. Firma jest ostatecznym źródłem, gdzie wiedza jest zbierana, filtrowana i ponownie rozdzielana. Dzielenie się wiedzą to jej multiplikowanie. Jednak proces uczenia polega także na popełnianiu błędów i wyciąganiu z nich wniosków. Tak to już niestety jest. Ludziom trzeba stale dawać możliwość popełniania błędów. Błędów, na których uczą się i oni i firma; ponieważ nauka jest zmianą i zmiana jest nauką. Jeśli chcesz nadążać za swoimi czasami, musisz być otwarty na zmiany... I to zmiany w najszerszym znaczeniu tego pojęcia. Kiedy uczysz się czegoś nowego, zmienia się twój umysł, ale także twoje zachowanie. Niektóre powiązania umacniają się, a ludzie uczą się nie tylko myśleć inaczej, ale i inaczej działać.”

#### ŚWIADOMY I PEWNY SIEBIE

“Oprócz innych kwestii, konsekwentnie skupiamy się podczas szkolenia na tym, jak uczyć się od innych – kolegów, klientów i partnerów strategicznych oraz vice versa: czego możemy nauczyć innych. Dokąd zmierzamy? Co będziemy tam robić? Takie pytania uczą ludzi myślenia o celu swoich codziennych działań. W rezultacie pomagamy im odzyskać świadomość siebie, co oznacza, że ludzie podchodzą do rynku z większą świadomością” kończy profesor Willem Verbeke. ■



*Nauczysz się jak robić rzeczy dobrze, jeśli najpierw dowiesz się, co robisz źle*

## Purmo TGA Ekspert Forum

Forum Ekspert TGA, organizowane corocznie w czterech największych miastach niemieckich, jest wiodącą platformą wymiany informacji wśród inżynierów oraz ekspertów branżowych. Purmo, koncentrując się na kwestiach związanych z klimatem panującym wewnątrz pomieszczeń (indoor climate comfort) i efektywnym wykorzystaniem emiterów ciepła, już od lat angażuje się w organizację tej imprezy.

W ramach programu "Inteligentne koncepcje energetyczne" konsultant Purmo Manfred Falk, regionalny kierownik sprzedaży Rettig w Niemczech, przedstawił najnowsze wyniki badań z Niemiec i Skandynawii. Wielu inżynierów uczestniczących w forum zapoznało się z możliwością zastosowania grzejników w niskotemperaturowych instalacjach grzewczych. Wyniki badań przedstawione przez Purmo wzbudziły duże zainteresowanie. Organizatorem Expert Forum jest magazyn tab, wiodące



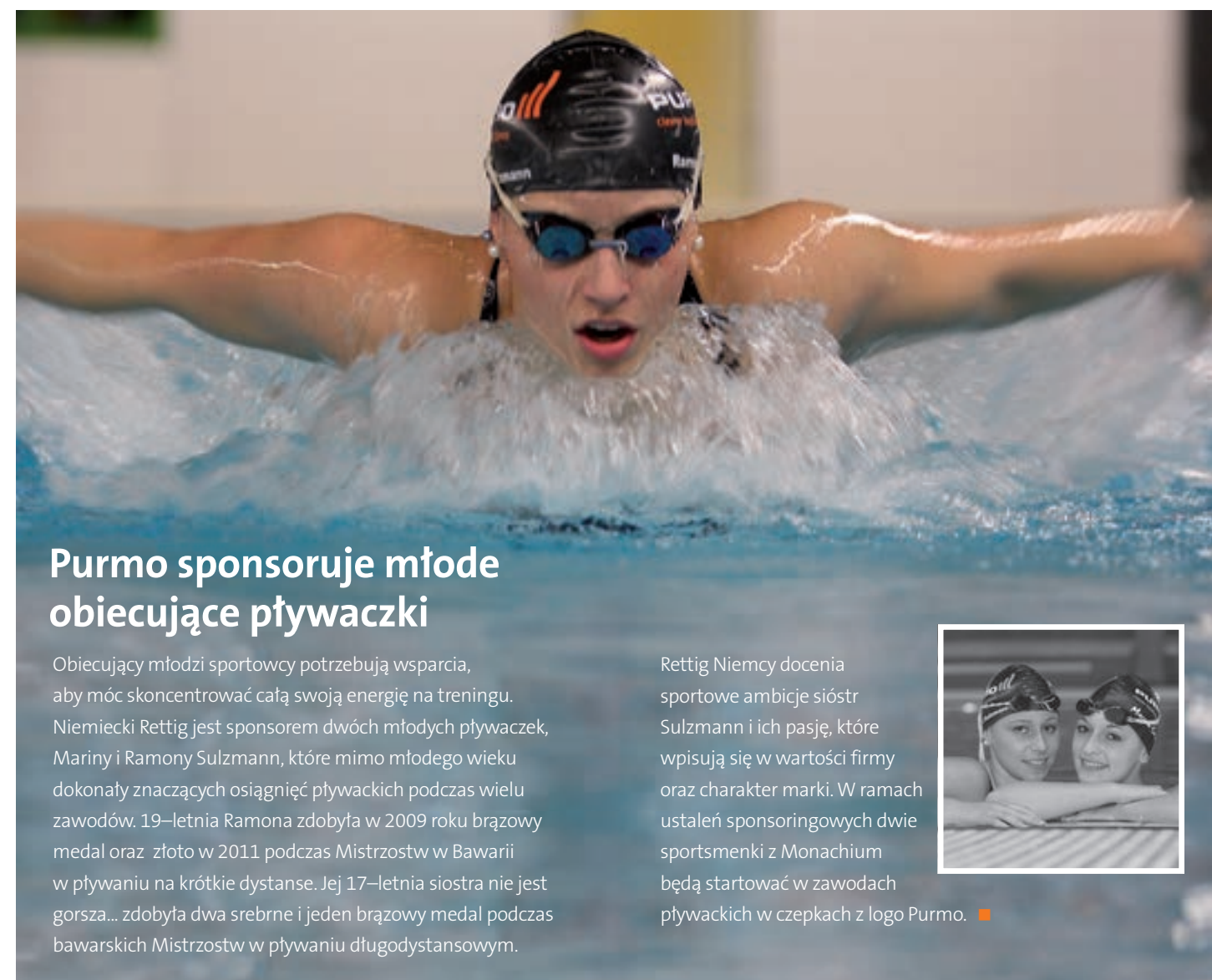
czasopismo branżowe związane z niemieckim przemysłem budowlanym. Uczestnictwo w forum umożliwia Purmo prezentację doświadczeń marki oraz informowanie o kwestiach ważnych dla branży. ■

## Purmo: Zielona łąka jako medium reklamowe



Przez okrągły rok kierowców poruszających się niemiecką autostradą A7 w pobliżu Kassel zaskakuje szeroka na 75 metrów i na 65 metrów wysoka ekspozycja zbudowana z liter, umieszczonych w samym środku zielonej łąki. Jak jeden z tajemniczych kęgów, widocznych

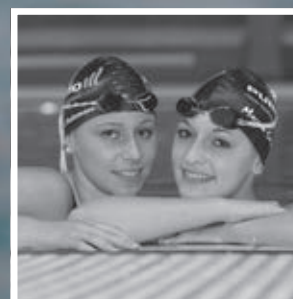
na polach uprawnych z oddali, tak masywne litery tworzące hasło "PURMO.DE" zaskakują podróżnych wywołując się z zielonej przestrzeni, gwarantując swym położeniem maksymalną widoczność. Około 53 tysięcy zmotoryzowanych mija każdego dnia ten nietypowy reklamowy znak, bez przeszkód ogarniając wzrokiem adres strony internetowej. W okolicy nie ma rywalizujących o uwagę reklam, dlatego podróżni nie mają powodu podążania za innym przekazem, co ma miejsce w tradycyjnych formach reklamy drukowanej lub mediach on-line. Dodatkowym aspektem reklamy outdoorowej wykraczającym poza wyeksponowaną widoczność logo PURMO jest aspekt środowiskowy. Związek pomiędzy marką Purmo i krajobrazem nawiązuje do rozważnego wykorzystywania naturalnych źródeł – tematu, w który firma zawsze była mocno zaangażowana. ■



## Purmo sponsoruje młode obiecujące pływaczki

Obiecujący młodzi sportowcy potrzebują wsparcia, aby móc skoncentrować całą swoją energię na treningu. Niemiecki Rettig jest sponsorem dwóch młodych pływaczek, Mariny i Ramony Sulzmann, które mimo młodego wieku dokonały znaczących osiągnięć pływackich podczas wielu zawodów. 19-lletnia Ramona zdobyła w 2009 roku brązowy medal oraz złoto w 2011 podczas Mistrzostw w Bawarii w pływaniu na krótkie dystanse. Jej 17-lletnia siostra nie jest gorsza... zdobyła dwa srebrne i jeden brązowy medal podczas bawarskich Mistrzostw w pływaniu długodystansowym.

Rettig Niemcy docenia sportowe ambicje sióstr Sulzmann i ich pasję, które wpisują się w wartości firmy oraz charakter marki. W ramach ustaleń sponsoringowych dwie sportswomenki z Monachium będą startować w zawodach pływackich w czepkach z logo Purmo. ■



## 45 lat kunsztu i jakości

Firma Radson (RAD od radiators – grzejniki i SON od Zonhoven – nazwa miasta w Belgii) została założona w 1966 roku. W 2011 obchodziła 45-tą rocznicę istnienia. W ciągu tego czasu marka zdobyła wiodącą pozycję w europejskiej branży grzewczej. USP, niezależna marketingowa agencja badawcza, co dwa lata bada świadomość, wizerunek i siłę marki w branży instalacyjnej w Holandii. Z badania tego wynika, że Radson to marka ciesząca się największą rozpoznawalnością, a kluczowe wartości z nią kojarzone to: "nowoczesna", "uczciwa" i "odpowiedzialna". Rynek postrzega RADSON jako producenta grzejników o bardzo dobrej relacji jakości do ceny (ponad ośmiu na dziesięciu holenderskich instalatorów i doradców zna markę RADSON). Ten wynik nie dziwi, zważywszy, że Radson zawsze koncentruje się na jakości i innowacji. Radson jest marką, której działalność trwa od kilku pokoleń i opiera się na wieloletnim partnerstwie. W 2011 roku Radson Belgia po raz pierwszy przekroczyła granicę 35 mln euro rocznych przychodów. ■



## Marka wznosi się w górę

Czy jest coś bardziej majestatycznego niż balon na ciepłe powietrze, szybujący po niebie? Większość z nas zatrzyma się na taki widok, aby popatrzeć długo i pomarzyć o takiej podróży... Rettig Niemcy jest dobrze widoczny dzięki swojemu balonowi Purmo, szczególnie podczas Międzynarodowego Festiwalu Balonów w Warstein w Niemczech – największego wydarzenia tego typu w Europie. Podczas festiwalu balon Purmo wzbije się w powietrze w towarzystwie setek innych balonów, na oczach 100-200 tysięcy widzów zgromadzonych podczas 3 dniowej imprezy. Montgolfiada w Warstein, została nazwana na cześć braci Montgolfier, wynalazców balona na ciepłe powietrze i jest wiodącą imprezą balonową w Europie. To wydarzenie daje Rettig Niemcy wyjątkową możliwość zaprezentowania marki Purmo szerokiej rzeszy odbiorców. ■