



PROFESOR WILLEM VERBEKE

Continuă să te dezvolti,  
**continuă să descoperi**,  
și profită de avantajele  
unui training

Lumea noastră se schimbă cu viteza luminii. Informațiile și dezvoltările tehnice se succed cu o viteză nemăsurabilă. Și nu există decât două opțiuni: ori ții pasul, ori renunți. Dacă vrei să ții pasul trebuie să te dezvolti continuu, să accepți provocări și să urmezi cursuri și traininguri suplimentare dacă este necesar. În acest context, Purmo Radson LVI a dezvoltat o serie de programe de educație și training, inclusiv un program în colaborare cu Professional Capital și Universitatea Erasmus din Rotterdam.

“Cred că este o lume ciudată”, este fraza de deschidere a profesorului Willem Verbeke de la Professional Capital. Împreună cu Maarten Colijn, a dezvoltat un program intensiv de training pentru managementul superior al Purmo Radson și LVI care este ținut la Universitatea Erasmus din Rotterdam. “Cred că este o lume ciudată pentru că nu mai avem memorie. Lucrurile se dezvoltă atât de repede încât pur și simplu nu avem timp să acumulăm toată informația pe care o primim. Răspundem spontan, iar flexibilitatea este decisivă pentru succesul atât pe plan personal, cât și profesional. Ceea ce nu înseamnă că trebuie să mergem la întâmplare, dar trebuie să ne adaptăm rapid și să fim flexibili față de ceea ce ni se întâmplă. Trebuie să anticipăm și să învățăm. În fiecare zi, altceva. Cel puțin asta este ideea”.

#### DETERMINARE

“Comaniile și organizațiile au cele mai multe beneficii de la oamenii cu un înalt nivel de inteligență socială. Ei se angajează rapid în discuții cu partenerii de afaceri. Și știi cel mai bine cât de important este să poți traduce ceea ce auzi în soluții concrete. Soluții pe care partenerii noștri de discuție le caută. Pentru că și ei vor să își împărtășească cunoștințele pentru a putea trece la următorul pas în relația cu noi. Și ei se confruntă cu aceeași problemă de a nu mai avea timpul necesar pentru a ține pasul cu noile progrese atât de rapide. Bineînțeles că ne dorim să rămănem lideri! Iar munca în echipă este soluția”.

#### NOI OPORTUNITĂȚI

Profesorul Willem Verbeke continuă: “Profesioniștii din vânzări au inteligență socială de la natură. Au o școală a vieții care le permite să stabilească noi legături foarte repede. Au capacitatea de a întrevădea noi oportunități care le permit, atât lor, cât și

partenerilor lor de discuții, să se dezvolte. La cursul nostru de la Universitatea Erasmus arătăm oamenilor de la Purmo Radson și LVI oportunitățile pe care epoca modernă le oferă. Îi învățăm cum să se adapteze astfel încât munca să fie în avantajul lor. Atât ca indivizi, cât și ca profesioniști. O nouă conștiință, o nouă mentalitate care se potrivește cu epoca modernă. O epocă ce nu cere doar viteză și creativitate, dar și atitudine antreprenorială. Sau în alte cuvinte, antreprenariat. Și nu se întâmplă de la sine, trebuie să te lupti pentru asta. Dar nu contează atât de mult ceea ce îți dorești tu, ci mai ales ceea ce își doresc clienții. Dacă vrem să ne distingem și să avem succes, atunci interesele clienților noștri vor fi mai presus de ale noastre. Citind printre rânduri, asta înseamnă să cauți nevoile implicite”.



#### ÎNVĂȚÂND DIN PROPRIILE GREȘELI

“Pentru a te distinge și a avea succes pe termen lung, este esențial să împărtășim informații și cunoștințe unii cu ceilalți. Împărtășirea de cunoștințe este în beneficiul atât al echipei și colectivului, cât și al companiei”, explică profesorul Willem Verbeke. “În final, atât oamenii, cât și compania trebuie să progreseze. Compania este sursa finală unde toate cunoștințele se adună, sunt filtrate și din

nou împărtășite de la unii la ceilalți. Împărtășirea de cunoștințe înseamnă de fapt îmbogățirea cunoștințelor. Dar învățarea presupune și o serie de greșeli din care poți învăța. Așa stau lucrurile. Oamenii trebuie să aibă ocazia să greșească. Greșeli din care atât ei, cât și compania vor învăța. Pentru că a învăța înseamnă a schimba și a schimba înseamnă a învăța. Dacă vrei să ții pasul cu vremurile în care trăiești, trebuie să fii deschis la schimbări. Și asta înseamnă schimbare în cel mai larg sens al cuvântului. Pentru că dacă înveți ceva, acest lucru nu schimbă doar modul de gândire, dar și comportamentul. Anumite conexiuni sunt mai puternice, iar oamenii nu învață doar să gândească diferit, ci și să acționeze diferit”.

#### CONȘTIENT DE SINE ȘI ÎNCREZĂTOR ÎN SINE

“Ne concentrăm mereu în cursurile noastre, printre altele, pe ce și cum poți învăța și folosi de la ceilalți, inclusiv colegi, clienți și parteneri strategici. Și, invers, ce îi poți învăța pe ceilalți. Unde ne aflăm? Unde ne îndreptăm? Ce vom face atunci? Astfel de întrebări îi învață pe oameni să se gândească la scopurile activității lor zilnice. Am putea spune că îi ajutam pe oameni să își recâștige conștiința de sine. Ceea ce în practică înseamnă că pot să abordeze piața cu mai multă încredere în sine și cu o anumită capacitate de introspecție”, concluzionează Prof. Willem Verbeke. ■



*Vei putea face lucrurile bine doar aflând ce nu este bine*

## Purmo oferă informații la TGA Expert Forum

TGA Expert Forum, organizat anual în patru mari orașe din Germania, reprezintă o platformă importantă de schimb de informații pentru producătorii și experții din industrie. Purmo se implică în acest forum de mai mulți ani, concentrându-se pe probleme legate de confortul climatului interior și folosirea eficientă a schimbătoarelor de căldură. În cadrul temei forumului "Concepte de energie inteligentă", consultantul Purmo Manfred Falk, Director regional de vânzări la Rettig Germania, a prezentat rezultatele ultimelor cercetări realizate în vara anului 2011 în Germania și Scandinavia. S-a constatat astfel că mulți dintre inginerii prezenți la forum nu știau că folosirea radiatoarelor în sisteme de joasă temperatură determină un confort termic ridicat. Ingerii prezenți au discutat cu interes despre rezultatele prezentate de Purmo.

TGA Expert Forum este organizat de "tab", o publicație financiară dedicată industriei echipamentelor de construcții din Germania.



Purmo va continua să participe la TGA Expert Forum pentru a prezenta experiența acestei mărci și a furniza informații despre probleme importante în industria sistemelor de încălzire. ■

## Purmo abordează în Germania publicitatea verde



Șoferii de pe autostrada A7 din Germania au o experiență unică de fiecare dată când trec pe lângă o anumită zonă din apropierea

localității Kassel. Zilnic, pentru 53.000 de șoferi, imaginea uneia dintre cele mai mari și inovative forme de publicitate este un semn de bun venit în lungile lor călătorii. Literale "PURMO.DE" au fost cu grijă decupate în iarbă, creând un semn de lungime mare de 75 de metri și înalt de 65 de metri.

Semnul neconvențional - unica formă de publicitate din zonă - este o amintire de-o viață a mărcii Purmo, asigurând un potențial maxim de reținere a mesajului și o expunere de bază a mărcii. Și bineînțeles că se potrivește și cu mesajele privind protecția mediului și economia energetică referitoare la folosirea radiatoarelor. Legătura dintre marca Purmo și peisaj amintește de folosirea prudentă a resurselor - o problemă căreia compania i-a acordat întotdeauna importanță foarte mare. ■

## 45 de ani de măiestrie și calitate

Radson (Rad vine la de la Radiatoare și Son de la numele localității Zonhoven) a fost creat în 1966 iar în 2011 a aniversat 45 de ani de existență! Marca a câștigat o poziție de lider în industria sistemelor de încălzire din Europa în ultimele decenii. Institutul independent de cercetare USP Marketing Consultancy măsoară, la fiecare doi ani, notorietatea, imaginea și puterea mărcii în rândul instalatorilor și consultanților din domeniul instalațiilor din Olanda. Acest studiu arată că Radson este marca cu cea mai mare notorietate din Olanda, fiind recunoscută ca fiind "trendsetter" (impune tendințe), "onestă" și "responsabilă". Pe piață, Radson este recunoscut ca producător de radiatoare cu un excelent raport calitate-preț (mai mult de opt din 10 instalatori și consultanți olandezi sunt familiarizați cu marca Radson). Acest rezultat nu este surprinzător având în vedere că Radson s-a concentrat întotdeauna pe calitate și inovație. Radson este o marcă ce cuprinde generații și se bazează pe parteneriate pe termen lung. Compania vede acest aspect ca una dintre cele mai importante valori pe care se poate construi o marcă de succes. Acest lucru este reflectat și de faptul că Radson a realizat, pentru prima dată în Belgia în 2011, un volum total de vânzări de peste 35 de milioane de euro. ■



## Un brand se înalță

Există o imagine mai frumoasă decât un balon cu aer cald survolând cerul? Cei mai mulți dintre noi ne oprim și îl privim timp îndelungat visând la ziua în care vom zbura și noi cu balonul. Rettig Germania s-a bucurat de expunere maximă cu balonul cu aer cald Purmo, la Festivalul Internațional al Baloanelor cu aer cald din Warstein, Germania – cel mai mare festival de acest gen din Europa. În cadrul acestui eveniment, balonul Purmo s-a înălțat alături de alte sute de baloane, în fața a 100.000 – 200.000 de spectatori, în cea de-a treia zi a festivalului. Festivalul Warstein International Montgolfiade, denumit după frații Montgolfier, inventatorii balonului cu aer cald, este cea mai mare competiție de baloane din Europa. Evenimentul reprezintă o ocazie unică pentru Rettig Germania de a prezenta marca Purmo unei audiențe foarte mari. ■

## Purmo sponsorizează tinerii înotători talentați

Tinerii atleți cu potențial au nevoie de sprijin, pentru a-și putea concentra toată energia la antrenamente. Rettig Germania sponsorizează doi tineri înotători, Marina și Ramona Sulzmann, care în ciuda vârstei fragede și-au câștigat deja renumele în numeroase competiții. Ramona, în vârstă de 19 ani, a obținut medalia de bronz la Campionatul național de înot în bazin scurt din Germania în 2009 și medalia de aur la Campionatul de înot în bazin scurt din Bavaria în 2011. Sora sa în vârstă de 17 ani nu este mai prejos, fiind deținătoarea a două medalii de argint și una de bronz la Campionatul de înot în bazin lung din Bavaria.

Rettig Germania apreciază ambiția și determinarea surorilor Sulzmann, trăsături de personalitate care se potrivesc cu principiile Rettig și ale mărcii Purmo. În baza contractului de sponsorizare, cele două surori înotătoare din Munchen vor purta în timpul competițiilor căști personalizate cu logoul Purmo. ■

