

I hjärtat av Haag i Holland står två splitter nya 140 meter höga tornhus sammankopplade av lägre byggnader. Kontorsbyggnaden har en golvyta på 132 000m², med 41 våningar och plats för 4 050 arbetsstationer. Det holländska justitieministeriet och inrikesministeriet kommer att börja flytta in i denna anslående byggnad från och med början av 2013. För att kunna erbjuda deras anställda en behaglig temperatur har Radson levererat 7 400 radiatorer särskilt framtagna för "JuBi"-projektet.

Tornens standardvåningar kommer att värmas med termiska bjälklag* med ett temperaturspann på 50/40°C, som också är kopplade till ett lokalt värmenätverk. Ett ventilationssystem kommer att förse byggnaderna med frisk luft. Termiska bjälklag erbjuder många fördelar, inklusive ett behagligt inomhusklimat och energibesparingar tack vare de låga temperaturerna i processen. Det finns emellertid en nackdel: systemet svarar långsamt på snabba temperaturväxlingar. Radson levererade den ultimata lösningen på detta problem.

PERSONLIG TEMPERATURKONTROLL

För att kunna värma upp rummen snabbt används lågtemperaturrediatorer på ytterväggarna för att komplettera uppvärmningen med termiskt bjälklag. Användare kan till exempel sätta på dessa element när utomhustemperaturen sjunker hastigt. I kontrast till termiskt bjälklag märks värmen från en radiator snabbt. Dessutom kan användarna själva kontrollera radiatorerna. Folk upplever det ofta som mycket viktigt att kunna påverka temperaturen i sina egna rum. En annan fördel är att radiatorerna tillhandahåller värme på de platser i byggnaden där den behövs som mest: nära fönstren. Dessa zoner kan bli obehagliga på grund av kalldrag. Kombinationen av grundläggande uppvärmning med termiskt bjälklag och individuell kontroll med radiatorer ger en hög komfortnivå.

LOGISTIKEN BAKOM JUBI

Det som gör JuBi-projektet så speciellt är logistiken under byggarbetet. Byggnaden ligger ett stenkast från centralstationen

och är omgiven av höga kontorsbyggnader. Eftersom byggplatsen saknade lagermöjligheter levererades materialen enligt just-in-time-principen. Innan de gjorde sina leveranser fick leverantörerna ett byggplatskvitto med ett specifikt datum och en tidpunkt inom en tidsram på en kvart. Det gjorde materialleveranserna mycket välorganiserade. I samarbete med Radson ordnade återförsäljaren Technische Unie just-in-time-leveranser av omkring hundra radiatorer i veckan över en period på arton månader.

RENA LINJER MED DOLDA KOPPLINGSRÖR

Byggnaden ritades av arkitektkontoret Prof. Hans Kollhof. De beslutade sig för att använda Radsons "Integra"-modell; en tunn, kompakt radiator som kan placeras nära väggen och vars reglageknapp kan monteras till vänster eller höger. En särskild egenskap hos Integra-modellen är dess dolda kopplingsrör som är integrerade bakom frontpanelen. De lägre kopplingsrören utformades särskilt för JuBi-projektet. Monteringskonsolerna är dolda bakom radiatoren. Tillsammans med de dolda kopplingsrören och en snygg finish ger detta Integra-modellen ytterst rena linjer.

KRAFFFULLT ÄVEN VID LÅGA TEMPERATURER

Integra-modellen utnyttjar en "två-i-ett"-princip. En hetvattenkanal med en större diameter ger utrymme för två svetspunkter för konvektorflänsarna på vattentillförselkanalen. Det innebär att radiatoren avger mycket energi även vid låga temperaturer, så att användaren kan vara säker på att utrymmet snabbt värms upp. Förutom dess rena design och höga uteffekt är Radsons Integra-radiator unik i att alla dess komponenter förmonteras på fabriken. Det genererar besparingar för installatören eftersom monteringstiden minskar och misslyckandekostnaderna blir lägre. Integra säljs med en tioårsgaranti. ■

* Termiskt bjälklag är ett uppvärmnings- och kylningssystem som utnyttjar byggnadens massa. Vattenrören läggs i betonggolvet kärna och upprätthåller en konstant temperatur för golven/taken. Ett villkor för användning av termiskt bjälklag är möjligheten till effektivt temperaturutbyte, och därför används inte upplyfta eller öppna tak. En regleranordning för vattentemperaturen kan användas för att se till att systemet reagerar på inomhus- och utomhustemperaturen mot de olika ytterväggarna.

Smart kombination för energisparande och komfort

Imtech har tillsammans med Homij Technical Installations fått i uppdrag att konstruera alla bygginstallationer för JuBi-projektet. Imtech N.V. är en europeisk teknisk serviceleverantör inom elteknik, ICT och maskinteknik. Imtech är specialiserat på att kombinera elteknik, maskinteknik och ICT (informations- och kommunikationsteknik) över hela det tekniska spektrumet till en integrerad och multidisciplinär lösning. Det leder till en förmåga till integration och skapar mervärde. Imtech är en av de starkaste aktörerna på GreenTech-marknaden ("grön" teknik och hållbarhet) i Europa. Uppskattningsvis 30 procent av de totala intäkterna genereras av detta segment.



▶ Mikko Iivonen, FoU-chef, forskning och tekniska standarder, Rettig ICC



▶ Maarten Colijn, partner och delägare



▶ Per Rasmussen, chef för varumärkesutveckling Purmo Radson LVI

I modern affärsverksamhet räcker det inte med att ha de mest passionerade medarbetarna och de bästa produkterna på marknaden. Du behöver också en säljtrupp som är fullt utrustad med de bästa argumenten och chefer som vet hur man lockar fram det bästa ur sitt team. På följande sidor tar vi en titt på hur Purmo Radson fortsätter att investera kraftfullt över hela fältet när det gäller utbildning. Först granskar vi utbildningens roll tillsammans med Mikko Iivonen och Per Rasmussen under kickoffen för LTR-kampanjen i Eindhoven nyligen. Sedan gör vi en utflykt till Erasmusuniversitetet i Rotterdam där utbildningsföretaget Professional Capital höll en Masterclass för ledningen.

*Effektiv kommunikation
genom utbildning*

Professionalism *och*
kunskapsspridning



Tidigt en decembermorgon i Nederländerna på ett hotell i centrala Eindhoven anslöt sig Per Rasmussen till Mikko Iivonen, Elo Dhaene och sex av Purmo Radsons säljare som kommit från olika länder i Europa för en genomgång. Syftet med den två dagar långa workshopen: att sätta igång budskapsförankringen för den nya LTR-kampanjen. För Mikko utgjorde mötet en möjlighet att komplettera de studier som står i centrum för den nya LTR-kampanjen. "Jag var tacksam över chansen att få prata med de personer som ska sprida vårt 15-procentsanspråk till våra kunder", förklarar Mikko. "Vi ville få återkoppling från våra säljteam för att få veta hur kampanjen togs emot i olika länder och, framför allt, svara på deras frågor och reda ut alla problem som de kunde tänkas ha med de mer tekniska aspekterna."

Det visade sig vara ett viktigt steg i processen med att förankra budskapet genom hela kanalen. "Vi ombads förklara vissa delar av kampanjen mer ingående", säger Mikko. "Den två dagar långa workshopen blev därför första steget i en mer intensiv utbildning." Per Rasmussen, chef för varumärkesutveckling, tar upp tråden från Mikko. "Mikko fanns till hands för att förklara en del av den nya kampanjens mer tekniska bakgrund", säger Per, "för

Efter kampanjlanseringen... börjar utbildningen



det kan bli ganska komplicerat när man talar om beräkningar, procent och formler. Jag var där för att befästa det jag redan lärt mig och för att utveckla ett sätt att förenkla budskapet så att säljtruppen kan bevara och kommunicera det tydligt.

"Jag förstår säljartänket. Jag vet att när man är ute på fältet så har man begränsad tid på sig att kommunicera produktens fördelar, och det är avgörande att man lyckas uttrycka budskapet så snabbt som möjligt. Jag känner också till den tekniska biten och att tekniska individer trivs med att vara tekniska. Min roll i utbildningen var att utveckla någon sorts kommunikationskompromiss: något som innefattar båda dessa element."

Även om de exakta siffrorna varierar mellan olika länder investerar Purmo en betydande budget i utbildning varje år. "Som chef för varumärkesutveckling vet jag att nyckeln till att bygga vårt varumärke även ligger i utveckling av människorna som representerar det gentemot kunderna", säger Per. "Därför ägnar vi stor uppmärksamhet åt vårt 'humankapital' för att se till att de har alla verktyg som krävs för att på effektivast möjliga vis nå ut med varumärkesbudskapet till marknaden."

MANUS, KAMERA, TAGNING

Resultaten talar för sig själva, och i fråga om LTR-utbildningen talar Per för resultaten. "Jo, det finns en film om utbildningen",

säger han med ett leende. "Vi skrev manus och filmade scenerna på samma dag – i princip samtidigt faktiskt. Låt oss bara säga att tidtabellen var väldigt brådskande, men jag är nöjd med resultaten." Filmen har kombinerats med informationsgrafik från utbildningsföretaget Mercuri International till en innovativ utbildningssvit på webben för säljare i hela Europa.

"Det är ett bevisat effektivt tillvägagångssätt", förklarar Per. Utbildningen leder säljaren steg för steg genom alla delar av LTR-kampanjen och är uppdelad i logiska avdelningar för optimal inläring. Efter varje del av utbildningen får säljarna svara på ett antal frågor om vad de har lärt sig. "Vi har satt ribban ganska högt", säger Per, "för det är avgörande att våra säljteam fullt ut förstår kampanjbudskapet så att de effektivt kan förmedla det till kunderna. Det är orsaken till att utbildningen innefattar ett 'provement' – säljarna måste få mycket höga poäng för att uppnå ett godkänt resultat.

LTR-utbildningen på nätet är förstas inte allt. Vi fokuserar även på försäljningstekniker och effektiv självsäker kommunikation", säger Per. Mercuris team har lokala utbildare som håller workshoppar på säljteamets eget språk med grupper om 12



personer i intensiva endagssessioner. "Resultaten är anmärkningsvärda", säger Per entusiastiskt, "trots att säljarna redan är utåtriktade personer ser vi dem efter dessa sessioner bli än mer energiska och extremt självsäkra."

Smart investering i fiffig uppvärmning

"Vi tar utbildning på stort allvar", förklarar Per. "Det är ett måste, för denna typ av brett engagemang i våra säljteam är en viktig investering i vår framtid. Vi planerar att behålla vår marknadsposition, vilket kräver att vi förser våra säljteam med rätt information, rätt stöd och den självsäkra attityd som våra kunder uppskattar och förväntar sig av oss." Mercuri International är en global säljutbildningsorganisation med över 50 års erfarenhet, som redan hjälpt över 15 000 företag att öka sin säljkraft. Företagets vd Judith Koekenbier: "Det är ett nöje för oss att få hjälpa Purmo Radson, för vi ser många bekanta faktorer här som vi sett många gånger tidigare. I arbetet med Per har vi utvecklat ett utbildningspaket som är utformat för att undanröja hinder för effektiv kommunikation och se till att alla kampanjbudskap är tydliga och självsäkert inbäddade." Utbildningen började i mars och planeras fortsätta fram till slutet av april, varvid hundratals säljare kommer att ha deltagit i den.

Per: "Vi är övertygade om att hela säljstyrkan från Polen till Beneluxländerna, Frankrike och Tyskland, Storbritannien och andra länder kommer att dra nytta av den här utbildningen och ha den med sig ut på fältet när de förmedlar de många fördelarna med Purmo Radsons produktportfölj till kunderna." >>



Att leda en masterclass i ledarskap

Ländernas försäljningschefer fick sin egen intensivutbildning på Rotterdams Erasmusuniversitet.

Tvådagarskursen omfattade ett antal ämnen inklusive hantering av KAM, multi-level selling, nätverkande och hur man undanröjer hinder för personlig och yrkesmässig utveckling. Kursens innehåll tillhandahölls av professor Willem Verbeke som du kan läsa mer om på sidan 38. Workshopen byggde på hans bästsäljande ledarskapsböcker *The Successful Shaping of Key Accounts*, *I Sell So I Exist* och *I Network So I Exist* och leddes av Maarten Colijn, hans kollega från Professional Capital. För att få inblick i kursen och dess effektivitet talade vi med sju försäljningschefer från olika länder om deras erfarenheter och synpunkter från tiden i Rotterdam.

CHRIS EDWARDS, FÖRSÄLJNINGSCHEF STORBRIANNIEN

“Jag uppskattade och hade stor nytta av programmet. Det gav oss tid att fokusera på viktiga delar av jobbet, att utvärdera vad som fungerar, förbättra det som inte gör det och även att bli coachade i färdigheter som hjälper oss att bli bättre ledare. Som en långvarig medlem av Rettig ICC är jag mycket glad över att företaget gjort denna investering i utbildning trots det tuffa ekonomiska klimatet. Det visar deras engagemang i verksamhetens långsiktiga framgångar och är ett tecken på personlig tilltro som jag tror är väl

värt att investera i. “Utbildning är en avgörande del av vår chefsroll, den håller oss uppdaterade om trender och hjälper oss att hålla ett tydligt fokus på våra färdigheter. Naturligtvis är det viktigt att det balanseras med vårt vardagliga arbete med att sälja radiatorer och upprätthålla en hållbar verksamhet. Mitt personliga fokus nu är att implementera det jag lärt mig på utbildningen och att ge Rettig valuta för deras investering i mig.”

MIA HÖGKVIST, NORDISK MARKNADSFÖRINGSCHEF

“Det som var mest användbart för mig i utbildningen var att så många kollegor i samma roll deltog i samma kurs. Det innebar att vi förutom att ta in utbildningsmaterialet även kunde lära av varandra och ta med oss det vi lärt oss till våra hemmamarknader och implementera denna delade kunskap samtidigt. Det är inte möjligt om du är den enda som deltar i utbildningen. “Jag är stolt över att Rettig investerar så mycket i utbildning; jag tror att det är en av de bästa investeringarna man kan göra: det är bra för människors baskunskaper och motivation, vilket i sin tur är bra för företaget. Jag tror att den idealiska utbildningsfrekvensen är en gång om året; så länge en modul har flera sessioner och tillräckligt med kursarbete anser jag att resten av tiden bör användas till att implementera det man har lärt sig.”

MATTHIAS LEMAIRE FÖRSÄLJNINGSCHEF FRANKRIKE

“Det är alltid bra att fräscha upp sina kunskaper och förbättra sin interaktion med befintliga och potentiella kunder samt medlemmarna i sitt team. Alla tekniker, verktyg och färdigheter vi lärde oss på Erasmusuniversitetet kan tillämpas i vårt dagliga arbete

och hjälper oss att bli ännu bättre ledare. Jag gläds också över att Rettig ICC beslutat att investera tid och pengar i att utbilda sina chefer. Naturligtvis vill de ha de bästa personerna för jobbet, och vi är alla kvalificerade och erfarna chefer, men vi kan alltid bli bättre genom att lära oss de senaste teknikerna och inte minst genom att lära av andras erfarenheter.”

JACEK LUCZAK, FÖRSÄLJNINGSCHEF POLEN

“Kunskapsöverföringen var lysande. Det var väldigt nyttigt att få jämföra teoretiska akademiska lösningar med vår dagliga verksamhetsrutin, vilket gjorde det möjligt för oss att bygga upp vårt praktiska arbete med akademiska verktyg. Insikterna vi fick av varandra var också ovärderliga. Trots att vi arbetar på olika marknader med olika erfarenheter och ofta med olika tillvägagångssätt fann vi alla att vi hade saker att lära av varandra, och vi delade med oss av och tog emot mycket användbara tips av varandra. Jag iakttog också en hel del kunskapsöverföring mellan generationerna. Vår grupp bestod av direktörer och chefer med mer än 15 års erfarenhet av industrin, liksom av nyare, unga medarbetare. Så vi drog nytta av erfarenheten å ena sidan och av de fräscha insikterna och idéerna å den andra. “Utbildningen tydliggjorde faktumet att kunskap är dynamisk och, framför allt inom affärsverksamhet, aldrig någon oföränderlig konstant, den växer, förändras och utvecklas ständigt. Min övertygelse är att Rettig måste fortsätta vara en ledare inom utbildningen av sina medarbetare för att behålla sin ledande position inom branschen. Personligen tror jag att det kunde göras genom att utbildningen blev en process snarare än en insats, och alltid tillhandahölls av ledande

utbildare och akademiker med fokus på att inspirera folk att göra ett ännu bättre jobb än de redan gör.”

MARKUS REINER, FÖRSÄLJNINGSCHEF TYSKLAND

“Jag kom till denna utbildning med målet att göra större framsteg med vår fältsäljartrupp, och jag blev inte besviken. Mina förväntningar uppfylldes med råge, och vad jag fann särskilt fascinerande var det systematiska tillvägagångssättet och det sätt som mina internationella kollegor utför och hanterar affärsprocesser. Den här sortens avancerade yrkesutbildning är väldigt viktig med tanke på hur skrämmande snabbt affärskunskaper blir föråldrade. I framtida utbildning skulle jag vilja se ett ökat fokus på account planning och på att utmana säljarstyrkans komfortzon. Vi ser redan positiva resultat som en direkt följd av den här utbildningen, med ökad kundtillfredsställelse och en betydande ökning av vår andel försäljningsframgångar i Tyskland.”

JÖRGEN PERSSON, FÖRSÄLJNINGSCHEF SVERIGE

“Det här var ett väldigt viktigt initiativ från Rettig ICC för att hjälpa oss utveckla och förbättra våra övergripande ledningsfärdigheter. Vi lärde oss om account planning, coachingstekniker, att bygga upp en effektivare arbetsstruktur, övervaka säljorganisationen och, givetvis, om ledarskap. Själva masterclassen var förstås central för utbildningen, men det blev också en härlig sammanhållning när vi delades upp i små grupper för att lösa olika problem. Det jag imponerades mest av var att det, trots att alla arbetar i olika länder, blev väldigt tydligt att vi alla är lagspelare som arbetar hårt för samma företag; geografien förlorade sin betydelse.” ■

