

PROFESSOR WILLEM VERBEKE

# Fortsæt udvikling, fortsæt med at opdage nyt, og drag fordel af træning

Vores verden skifter med en hvirvelvinds hast. Informations- og teknikudvikling finder efterhånden sted med en fart uden fortilfælde. Så der er to muligheder: Enten følger du med, eller også melder du dig ud. Hvis du beslutter dig for at følge med, betyder det, at du skal engagere dig i kontinuerlig personlig udvikling, blive ved med at gribe udfordringer og gennemføre ekstra uddannelse og træning efter behov. I denne kontekst har Purmo Radson LVI udviklet en række uddannelses- og træningsprogrammer, herunder et program i tæt samarbejde med Professional Capital og Erasmus University i Rotterdam.

“Jeg synes, det er en bizar verden,” er åbningsreplikken fra professor Willem Verbeke fra Professional Capital. Han har sammen med Maarten Colijn udviklet et intensivt træningsprogram til seniorledelse af Purmo Radson og LVI, der bliver gennemført ved Erasmus University i Rotterdam. “Jeg synes det er en bizar verden, fordi vi ikke længere har en hukommelse. Udviklingen sker så utrolig hurtigt, at vi ganske enkelt ikke har tid til at gemme alle de informationer, vi får. Så vi reagerer på en primær og spontan måde, hvilket betyder, at vores smidighed er afgørende for både vores personlige succes og virksomhedens succes. Dermed være ikke sagt, at vi skal følge enhver tendens, men det betyder, at vi skal bevæge os i takt og med optimal fleksibilitet i de begivenheder, der har betydning for os. Vi skal komme udviklingen i forkøbet og lære. Hver dag er ny. Det er i hvert fald hensigten.”

#### FORPLIGTELSE

“Virksomheder og organisationer har størst glæde af medarbejdere, der har en høj social intelligens. De engagerer sig med virksomhedens diskussionspartnere på en opmærksom og forstående måde. De ved bedre end nogen, hvor vigtigt det er at oversætte det, de hører, til konkrete og pragmatiske handlinger og løsninger. De handlinger, som vores diskussionspartnere søger. For de ønsker også at dele ud af deres viden og erfaring, så de kan tage næste skridt sammen med os. Og de har ligeledes det problem, at de ikke længere har tid til at holde sig ajour med udviklingens utrolige fart. Og vi er naturligvis forpligtet til at forblive førende! Så teamwork er nøglen.”

#### NYE MULIGHEDER

Professor Willem Verbeke fortsætter:  
“Salgsmedarbejdere er af naturen socialt

intelligente. De har hjælpemidler, der gør dem i stand til at etablere forbindelser ekstremt hurtigt. De ser og genkender muligheder for, at både de selv og deres diskussionspartnere kan vokse. I vores kursus ved Erasmus University viser vi medarbejderne fra Purmo Radson og LVI alle de muligheder, vores tid tilbyder dem. Vi lærer dem at tage disse muligheder til sig og efterfølgende få dem vendt til deres fordel. Både som private og som professionelle. En ny bevidsthed, en ny tankegang, der matcher den tid, vi lever i. En tid, der ikke kun kræver fart og kreativitet, men også initiativ. Eller med andre ord: Iværksætterånd. Det kommer jo ikke af sig selv. Man er nødt til at kæmpe for



det. Og det handler ikke om, hvad du ønsker, men om hvad kunden ønsker. Hvis vi vil være succesrige og specielle, skal vi sætte kundernes interesse over vores egen. Læs mellem linjerne, og vi vil forstå, at det betyder, at vi søger efter de uudtalte behov.”

#### VI LÆRER AF VORES FEJLTAGELSER

“For at kunne forblive succesrige og specielle på længere sigt, er det afgørende, at vi deler informationer og viden med hinanden. Tankedeling er i både teamets og den samlede virksomheds interesse,” forklarer professor Willem Verbeke. “Det er jo faktisk både medarbejderne og

virksomheden, der skal vokse.

Virksomheden er den ultimative kilde, hvor al viden samles, filtreres og deles ud til andre. Deling af viden giver mangedoblet viden. Men læring involverer den proces at træffe forkerte valg og derefter lære af dem. Det er sådan, det er. Medarbejdere skal konsekvent have mulighed for at begå fejl. Fejl som både de selv og deres virksomhed kan lære af. For læring er forandring, og forandring er læring. Hvis du vil følge med tiden, skal du være åben for forandring. Og det betyder forandring i bredest mulig forstand. For hvis du lærer noget, vil det ikke alene ændre noget i din hjerne, det vil også ændre din adfærd. Visse forbindelser bliver stærkere, og mennesker vil ikke alene lære at tænke anderledes, de vil også handle anderledes.”

#### SELVBEVIDSTHED OG SELVSIKKERHED

“I vores træning fokuserer vi derfor blandt andet på, hvordan og hvad du kan lære og bruge fra andre, f.eks. kolleger, kunder og strategiske partnere. Og vice versa: Hvad du kan lære andre. Hvor er vi på vej hen? Hvad går vi hen imod? Hvad skal vi dér? Spørgsmål som disse lærer igen mennesker at tænke over de mål, de arbejder hen imod hver dag. Så når dagen er slut, hjælper vi primært mennesker med at genvinde deres selvbevidsthed. Hvilket i praksis betyder, at de nærmer sig markedet mere selvsikkert og med den nødvendige grad af introspektion,” konkluderer professor Willem Verbeke. ■



*Du lærer kun at gøre tingene rigtigt ved at finde ud af, hvad der er forkert*

## Purmo leverer information til TGA Expert Forum

TGA Expert Forum, der holdes årligt i fire større tyske byer, er et førende informationsudvekslingsforum for produktionsingeniører og industrieksperter. Purmo har i årevis deltaget i dette forum, hvor der fokuseres på indeklimateknik og effektiv udnyttelse af varmevekslere. På dette forum i sommeren 2011, hvor emnet var 'Intelligente Energikoncepter', kunne Purmos konsulent Manfred Falk, der er regional salgschef hos Rettig Germany, rapportere om de seneste forskningsresultater fra Tyskland og Skandinavien. Mange af de deltagende ingeniører var ikke klar over, at lavtemperaturoppvarmning i radiatorer giver høj termisk komfort, og de diskuterede Purmos forskningsresultater med stor interesse. Ekspertforummet er organiseret af tab, et førende fagblad for den tyske byggematerialeindustri. Purmo vil fortsat bruge TGA Expert Forum til både at præsentere brandets ekspertise og til at informere branchen om vigtige emner inden for opvarmning. ■



## Purmo: en grøn eng som reklamested



Året rundt bliver bilister på A7-motorvejen nær Kassel i Tyskland forundret over synet af et 75 meter bredt og 65 meter højt skilt, der står midt på en græsmark. Skiltet minder om disse mystiske korncirkler, der pludselig dukker op midt i det hele, og det kæmpestore skilt med bogstaverne 'PURMO.DE' overrasker fuldstændig folk og sørger for maksimal eksponering. Dagligt passerer 53.000 bilister forbi denne usædvanlige reklame, og Purmos webadresse er synlig for alle. Der er ingen konkurrence med andre reklamer, og folk kan ikke ignorere den eller klikke den væk som med traditionelle reklamer på tryk og på internettet.

Purmo er ikke kun blevet synligere, for reklamen ude på marken har også et miljømæssigt aspekt. Forbindelsen mellem Purmos brand og landskabet henleder tankerne på fornuftig brug af naturlige ressourcer - et emne, som virksomheden altid har været meget optaget af. ■

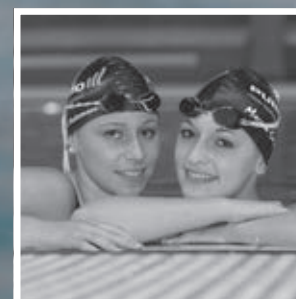


## Purmo sponsorerer lovende, unge svømmere

Lovende, unge atleter har brug for støtte, så de kan koncentrere sig fuldt ud om deres træning. Rettig Germany er sponsor for to unge svømmere, Marina og Ramona Sulzmann, der til trods for deres unge alder allerede har gjort sig godt kendte ved utallige stævner.

19-årige Ramona fik bronzemedalje ved de tyske kortbanemesterskaber i 2009 og vandt endda guld ved de bayerske kortbanemesterskaber i 2011. Hendes 17-årige søster er heller ikke så dårlig, da hun har vundet to sølvmedaljer og en

bronzemedalje ved de bayerske langbanemesterskaber. Rettig Germany anerkender Sulzmann-søstrenes sportslige ambitioner og initiativ, som vi føler passer til vores virksomhed og brand. Som en del af sponsoratet vil de to svømmere fra München svømme med badehætter, hvor Purmos flammelogo er påtrykt. ■



## 45 års håndværk og kvalitet

Radson (Rad står for radiatorer og Son for Zonhoven) blev grundlagt i 1966 og fejrede 45 års jubilæum i 2011! I løbet af de sidste årtider har brandet fået en førende position i den europæiske varmebranche. Hvert andet år måler det uafhængige markedsanalysebureau, USP Marketing Consultancy navnekendskab, image- og brandstyrke blandt installatører og konsulenter i den hollandske installationssektor. Denne markedsundersøgelse viser, at der i Holland er det største kendskab til brandet Radson, hvor ordene 'trendsættende', 'ærligt' og 'pålideligt' er de vigtigste brandassocationer. På markedet regnes Radson for at være en radiatorproducent med et enestående forhold mellem pris og kvalitet (flere end 8 ud af 10 hollandske installatører og konsulenter kender til Radson). Dette resultat er ikke overraskende i betragtning af, at Radson altid har fokuseret på kvalitet og innovation. Radson er et brand, som spænder over generationer og er baseret på langsigtede partnerskaber. Virksomheden anser dette for at være en af de vigtigste faktorer i den succesfulde opbygning af et brand. Det afspejles ved, at Radson i 2011 for første gang slog omsætningsrekorden på 35 mio. euro i Belgien. ■



## Et brand stiger op



Er synet af en varmluftsballon, der stiger til himlen ikke noget af det mest storslåede, man kan forestille sig? De fleste af os stopper op og kigger længselsfuldt, når den sejler forbi, og ønsker, at vi kunne komme med. Rettig Germany fik maksimal eksponering med sin Purmo-varmluftsballon i Warstein, Tyskland, på den internationale ballonfestival, der er den største af sin art i Europa. På festivalen steg ballonen til vejrs sammen med flere hundrede andre balloner i overværelse af 100.000 - 200.000 tilskuere, i løbet af de tre dage festivalen varede. Warstein International Montgolfiade, opkaldt efter Montgolfier-brødrene, der opfandt varmluftsballonen, er det førende ballonstævne i Europa. Stævnet giver Rettig Germany en enestående mulighed for at vise Purmos brand til et større publikum. ■