

A photograph of Professor Willem Verbeke, a middle-aged man with a shaved head, wearing a dark suit, white shirt, and a striped tie. He is standing with his arms crossed in an urban setting with blurred buildings and lights in the background.

PROFESSOR WILLEM VERBEKE

Jatka kehittymistä **ja uuden löytämistä,** hyödynnä koulutusta

Maaailma muuttuu uskomattoman nopeasti. Tekniikka kehittyy nopeammin kuin koskaan aikaisemmin. Vaihtoehtoja on kaksi: on hypättävä mukaan tai jäätävä syrjään. Jos päättää hypätä mukaan, on kehityttävä jatkuvasti, vastattava haasteisiin ja koulutauduttava. Siksi Purmo Radson LVI on laatinut koulutusohjelmia, joista yksi toteutetaan läheisessä yhteistyössä Erasmus yliopiston kanssa Rotterdamissa.

“Maailma on kummallinen paikka,” totesi professori Willem Verbeke koulutuksen aluksi. Hän ja Maarten Colijn ovat laatineet intensiivisen koulutusohjelman Purmon, Radsonin ja LVI:n yritysjohtolle. Se toteutettiin Erasmus-yliopistossa Rotterdamissa. “Maailma on kummallinen paikka, koska meillä ei enää ole muistia. Kehitys etenee niin nopeasti, että aika ei enää riitä kaiken saamamme tiedon tallentamiseen. Siksi reagoimme primitiivisesti ja spontaanisti. Menestyminen yksityis- ja työelämässä edellyttää mukautumista. Tämä ei tietenkään tarkoita sitä, että lähdemme mukaan kaikkiin hullutuksiin, mutta meidän on myötältävä meille tärkeitä tapahtumia. Meidän on omaksuttava ja opittava. Joka päivä jotain uutta. Tästä on kysymys.”

SITOUTUMINEN

“Yritykset ja organisaatiot hyötyvät eniten sosiaalisesti älykkäistä ihmisistä. He sitouttavat kumppaneiksi valppaalla ja ymmärtävällä tavalla. He tietävät muita paremmin, kuinka tärkeää on soveltaa kuultua konkreettisesti ja käytännönläheisissä ratkaisuissa. Keskustelukumppanimme etenevät varoen. Hekin haluavat jakaa kokemuksiaan ja osaamistaan, jotta he voivat ottaa seuraavan askelen yhdessä kanssamme. Ongelma on tuttu heillekin. Heilläkään ei enää riitä aikaa pysyä mukana uskottoman nopeassa muutosvauhdissa. Meidän pitäisi kuitenkin pysyä muita edellä. Siksi tarvitaan tiimityöskentelyä.”

UUSIA MAHDOLLISUUKSIA

Professori Willem Verbeke jatkaa: “Myynnin ammattilaiset ovat luonnostaan

sosiaalisesti älykkäitä. Heillä on kokemusta, jonka avulla he pystyvät solmimaan uusia suhteita erittäin nopeasti. He tunnistavat mahdollisuudet, joiden avulla he ja heidän keskustelukumppaninsa voivat kehittyä. Erasmus-yliopistossa järjestettävän kurssin aikana osoitamme Purmon, Radsonin ja LVI:n välle, mitä mahdollisuuksia moderni aikakausi tarjoaa heille. Opetamme heitä mukautumaan, jotta muutos toimii heidän edukseen. Sekä ihmisinä että ammattilaisina. Uusi aikakausi edellyttää uudenlaista tietoisuutta ja ajattelutapaa.



Pelkkä nopeus ja luovuus eivät riitä. Tarvitaan myös yrittäjähenkisyyttä eli yrittäjyyttä. Muutos ei tapahdu itsestään. Sen eteen on ponnisteltava. Kyse ei ole siitä, mitä haluaa itse, vaan siitä, mitä asiakkaat haluavat. Jos haluamme menestyä ja erottua muista, meidän on asetettava asiakkaidemme tarpeet omiemme edelle. Pohjimmiltaan ollaan etsimässä implisiittisiä tarpeita.”

OPIMME EREHDYKSISTÄMME

“Jos haluaa menestyä ja erottua muista pitkällä aikavälillä, tietoja ja kokemuksia on jaettava muiden kanssa. Omien ajatusten jakaminen on tiimin ja yrityksen

etujen mukaista,” muistuttaa professori Willem Verbeke. Sekä ihmisten että yrityksen on kasvettava. Yritys on äärimmäinen lähde, jossa kaikki tiedot yhdistyvät toisiinsa, suodatetaan ja annetaan muille. Kun tietoa jaetaan, se moninkertaistuu. Oppimiseen kuuluu kuitenkin erehdyksien tekemistä ja niistä oppimista. Näin se vaan on. Ihmisille täytyy edelleen antaa mahdollisuus tehdä erehdyksiä. He ja yritys oppivat niistä. Oppiminen on muuttumista, ja muuttuminen on oppimista. Jos haluaa pysyä ajan tasalla, on oltava avoin muutokselle. Tämä merkitsee muutosta sen laajimmassa merkityksessä. Kun oppii jotain, muutos tapahtuu aivojen lisäksi myös käyttäytymisessä. Tietyt yhteydet vahvistuvat. Kun opitaan ajattelemaan eri tavalla, myös toimitaan eri tavalla.

ITSETIETOISUUS JA ITSEVARMUUS

“Koulutuksessa keskitytään toistuvasti siihen, mitä voi oppia muilta, kuten kollegoilta, asiakkailta ja strategisen tason kumppaneilta. Ja toisin päin: mitä voi opettaa muille. Mikä on suuntamme? Minne olemme matkalla? Mitä aiomme tehdä siellä? Tällaiset kysymykset saavat miettimään päivittäisen toiminnan tavoitteita. Loppujen lopuksi autamme ihmisiä saamaan takaisin itsetietoisuutensa. Tämä merkitsee käytännössä markkinoiden lähestymistä itsevarmemmin ja riittävästi itsetutkiskellen,” professori Willem Verbeke toteaa lopuksi. ■



Asiat oppii tekemään oikein vain ottamalla selville, mikä on väärin

Purmo jakaa tietoa TGA-asiantuntijafoorumilla

Vuosittain neljässä Saksan suurimmassa kaupungissa järjestettävä TGA-asiantuntijafoorumi on tuotantoinsinöörien ja teollisuuden asiantuntijoiden tärkein foorumi tietojen vaihtoon. Purmo on ollut mukana neljä vuotta, ja se on keskittynyt sisäilman laatuun ja lämmönvaihtimien tehokkaaseen käyttöön liittyviin kysymyksiin. Kesällä 2011 foorumin aiheena olivat älykkäät energiakonseptit, ja Rettig Germanyn myyntipäällikkönä toimiva Purmon konsultti Manfred Falk esitteli uusimpia tuotekehitystuloksia Saksasta ja Skandinaviasta. Osoittautui, että monetkaan eivät vielä olleet kuulleet matalalämpöjärjestelmien mukanaan tuomasta lämpöviihtyvyydestä. Insinööriseurueissa virisi Purmon esittämien tulosten myötä kiinnostunut keskustelu.



Purmo käyttää TGA-asiantuntijafoorumia myös vastaisuudessa esitelläkseen asiantuntemustaan ja jakaakseen tietoa alan tärkeistä lämmityskysymyksistä. ■

Asiantuntijafoorumin järjestäjänä toimii tab, joka on Saksan rakennuslaiteteollisuuden johtava ammattilehti.



Purmo sponsoroit nuoria uimareita

Lupaavat nuoret urheilijat tarvitsevat tukea, jotta he voivat keskittää kaiken tarmonsensa harjoitteluun. Rettig Germany sponsoroit kahta nuorta uimaria, Marina ja Ramona Sulzmannia, jotka nuoresta iästään huolimatta ovat jo saaneet nimeä useissa kilpailuissa. 19-vuotias Ramona ui pronssia Saksan lyhyiden ratojen mestaruuskilpailuissa vuonna 2009 ja vei kultaa Baijerin lyhyiden ratojen mestaruuskilpailuissa vuonna 2011. Hänen 17-vuotias sisarensa ei ole jäänyt huonommaksi, sillä hän on voittanut kaksi hopeaa ja yhden pronssin Baijerin pitkien ratojen mestaruuksista kamppailtaessa.

Rettig Germany kokee Sulzmannin sisarusten osoittavan urheilussaan samaa intohimoa ja draivia, joka on tunnusomaista myös konsernillemme ja sen tuotteille. Sponsorisopimuksen kuuluu Purmon liekkilogo näiden münchenilaisten menijöiden uimahatuissa. ■



Vihreä niitty mainosvälineenä



Autoilijat ovat saaneet hämmästellä A7-moottoritien varrella lähellä Saksan Kasselia 75 metriä leveitä ja 65 metriä korkeita

kirjaimia, jotka työntyvät esiin keskeltä vihreää niittyä. Massiivinen teksti PURMO.DE hyppää silmien eteen ja yllättää ihmiset taaten maksimaalisen näkyvyyden ja huomioarvon.

Päivittäin noin 53 000 tienkäyttäjää ohittaa tämän epätavallisen mainoksen, jonka ansiosta verkko-osoite painuu varmasti mieleen. Ympäriillä ei ole muuta huomiota herättävää, eikä mainosta voi napsauttaa pois päältä tai sen sivua kääntää, kuten perinteisessä mediassa.

Purmon näkyvyyden lisäksi mainos tuo esiin ympäristönäkökohdan. Purmon nimi yhdistettynä niittymaisemaan yhdistää tuotteemme onnistuneesti puhtaaseen luontoon, joka on aina ollut yrityksellemme tärkeä arvo. ■

45 vuotta ammattitaitoa ja laatua

Radson, jonka nimi tulee sanoista "radiaattori" ja "Zonhoven", perustettiin vuonna 1966, ja se juhli 45-vuotista taivaltaan vuonna 2011! Tuotemerkki on saavuttanut parin viimeisen vuosikymmenen aikana johtavan aseman lämmitysalalla Euroopassa. Riippumaton tutkimuslaitos USP Marketing Consultancy mittaa nimen tunnettuutta, mielikuvaa ja tuotemerkin vahvuutta asentajien ja suunnittelijoiden keskuudessa Hollannin lämmityssektorilla kahden vuoden välein. Tutkimukset osoittivat, että Radson sai Hollannin parhaat arvot suunnannäyttäjänä sekä rehellisenä ja vastuullisena yrityksenä. Markkinat näkevät Radsonin radiaattorivalmistajana, jonka hintalaatusuhde on erinomainen (useampi kuin 8 kymmenestä hollantilaisesta asentajasta ja konsultista tuntee Radsonin tuotemerkin). Tulos ei ole yllätys ottaen huomioon, että Radson on aina keskittynyt laatuun ja innovaatioon.

Radson on tuotemerkki, joka on ollut tunnettu jo sukupolvien ajan ja jonka toiminta perustuu pitkäaikaisiin kumppanuuksiin. Yritys näkee tämän tärkeimpänä seikkana, jonka varaan menestyvää tuotemerkkiä voi rakentaa. Radson ylittikin 35 miljoonan rajan liikevaihdossaan ensimmäistä kertaa Belgiassa vuonna 2011. ■



Brändi lähtee nousuun

Onko uljaampaa näkyä kuin kuumailmapallo korkealla taivaalla? Useimmat meistä pysähtyvät katsomaan sen perään kaipaavasti toivoen, että voisimme olla pallon kyydissä. Rettig Germany on saanut runsaasti näkyvyyttä, Purmo-kuumailmapallolla, varsinkin Saksan Warsteinissa pidettävien kansainvälisten kuumailmapallofestivaalien aikana. Kyseessä on lajinsa suurin tapahtuma Euroopassa. Tapahtumassa Purmon kuumailmapallo nousee taivaalle satojen muiden pallojen kanssa todistajinaan kolmepäiväisen festivaalin 100 000 – 200 000 kävijää. Warstein International Montgolfiade on Euroopan johtava kuumailmapallokilpailu, joka on saanut nimensä kuumailmapallopäivien Montgolfierin veljesten mukaan. Tapahtuma on erinomainen tilaisuus esitellä Purmo-brändiä laajalle yleisölle. ■