



2014-02-25 09:08 CET

Nöjda kunder är nummer 1!

Vi berättar ofta om våra egna tankar här på IHM, vad vi kan och vad vi kan göra för era företag. Idag tänkte vi vända på perspektivet och låta en av våra företagskunder berätta själv. Vi beger oss till Bil-Bengtsson i sydöstra delen av Skåne, ett av företagen i vår senaste utbildning tillsammans med Volvo. Vi möter VD Percy Gustavsson, som inte riktigt kan tro att det är sant att nöjdhetsindex har gått upp med fantastiska 30% redan under deras utvecklingsresa.

Startskottet

- Hej Percy, berätta om Bil-Bengtsson?

- Hej, och välkommen hit! Bil-Bengtsson är en ca 80 år gammal familjeägd Volvohandlare i tredje generationen som startade i Sjöbo, och nu även finns i Simrishamn, Tomelilla och huvudsäte numera i Ystad. I vårt marknadsområde bor det ca 100 tusen människor och det finns ca 50 tusen bilar, om man inte räknar med turistsäsongen då det tredubblas. Som du förstår är bilen väldigt viktig här nere.

- Och kort om dig själv!

- Ja, jag har en bakgrund från ICA, är i botten ekonom och har jobbat i Volvohandeln här på Bil-Bengtsson i snart 27 år, varav de 10 senaste åren som VD.

- Och nu genomgår ni en specialbyggd företagsutbildning på IHM. Hur började det?

- Ja, vi har genom åren alltid haft bra fortbildning med Volvo och IHM, i slutet av 2012 satt jag och funderade kring några olika saker: Vi kan teknik till 100% men hur duktiga är vi på människor, hur känner våra medarbetare och våra kunder? Jag tittade på de NKI (Nöjd Kund Index) mätningar som vi jobbat medvetet med sedan 2005 och kände att vi låg och skvalpade på ungefär samma nivå hela tiden. Hyfsade siffror om man bedömer alla branscher men ändå strax under snittet i hela Volvohandeln. Vi låg stilla helt enkelt och det var mitt ansvar.

Jag bestämde mig i detta läge för att genomföra en medarbetarenkät - det hade vi inte gjort på många år och jag var själv lite spänd över resultatet. När resultatet kom, visade det sig att trivseln och framtidstron var mycket bättre än jag trott, och det blev en sporre för mig, kändes skönt. Men det visade sig också att vi hade ett otydligt ledarskap, att vi var dåliga på intern information och att medarbetarna saknade en tydlig gemensam vision samt värdeord för företaget.

Customer Satisfaction 2.0

Med detta i bagaget tog jag kontakt med Pia Strömberg, CRM på Volvo och Mia Flygring på IHM, vi satte oss tillsammans och jag förklarade situationen och vad mina ambitioner var. Det otydliga ledarskapet var den utlösande

faktorn och jag kände att nu skall vi ta tag i detta från grunden, och grunden var jag själv, alla i ledningsgruppen samt övriga chefer i företaget.

Mia och Pia skissade och återkopplade och snart fanns vår utvecklingsresa "Customer Satisfaction 2.0" på papper. Ett 10-steps program som vi bestämde att alla på chefsnivå skulle genomföra, totalt 25 personer. Allt utifrån insikten: Alla våra chefer måste vara på topp även när det gäller att leda medarbetare, inte bara på teknik. I juni 2013 drog vi igång med de tre första blocken, som handlade om vår företagskultur. En viktig fråga för alla företag men den är inte alltid så självklar när grundaren själv varit väldigt tydlig i företagets utveckling. När han sedan försvinner, jobbar man gärna på i hans fotspår utan egentlig reflektion. Här blev många fruktsamma och bra diskussioner, nu var vi på väg!

I samband med att vi drog igång satsningen, gjorde vi en nollmätning på NKI. Målet med det arbete vi hade framför oss var att få HELNÖJDA kunder. Vägen dit var att utveckla ledarskapet och på så sätt skapa bättre förutsättningar för alla medarbetare att kunna nå målet. Redan efter de första blocken kände vi att vi fått nya verktyg att jobba med, så det var ett väldigt stimulerat gäng som tog sig an de 6 nästa blocken under hösten, bl a "Servicekultur" och "Att leda i förändring". Det är klart att man inför detta insåg att det behövdes extra kraft - vi hade ju alla våra ordinarie jobb att sköta - men utvecklingsresan gav så mycket energi att det egentligen aldrig blev något problem.

Utfallet

- Sedan var det dags för en ny NKI mätning i början av 2014?

- Ja, och konstigt nog var jag inte nervös. Tvärtom var jag väldigt trygg i att den skulle vara bättre än tidigare, för så kändes det på företaget. 30% upp, jag trodde inte det var sant, men det var det! Vid tidigare mätningar låg vi stadigt på några procentenheter under snittet för övriga volvohandlare, nu låg vi 10% över, TIO procent över, på alla avdelningar, och vi har ändå bara börjat vår resa. Underbar känsla, och en fast övertygelse att detta måste vi jobba med hela tiden och inte slappna av.

- Och vad jag förstår så är ni inte klara med alla blocken?

- Det stämmer, vi har block 10 i mars, men det är inte slut där, tvärtom. Vi har kick-off med hela personalen, där vi går igenom en light-version av det vi gått igenom. Vi är redan nu igång med uppföljnings- och utvecklingsplaner för år 2 och 3. Vi är redan nu bättre i alla delar, men det här är en långsiktig satsning. Vi har bestämt oss, vi skall vara bäst på vår marknad.

- Låter otroligt inspirerande men vad säger personalen och vad säger de hemma?

- Vi har inte hunnit med någon uppföljning på medarbetarenkäten ännu, men det kommer. Det jag hört är att många i personalen upplever att ledarna har blivit tryggare och positivare, och det smittar. Vad gäller mig själv så upplever familjen mig nog mycket lugnare, och det beror inte på att jag har blivit bättre på att delegera ansvar, utan att jag känner att folk TAR ansvar på ett helt annat sätt. Sedan hoppas jag naturligtvis att folk känner att jag utvecklats, men det är ibland svårt att se själv. Jag är i dag trygg i tanken att det är ett gemensamt ansvar att få ett bra ledarskap i företaget.

- Hur menar du då?

- Jag jobbar varje dag på att utveckla mig själv och människorna i min organisation. Det innebär inte, att jag INTE gör fel eller att jag inte kan göra saker på ett annat sätt. Här måste jag precis som alla andra få respons och uppbackning - det gäller alla i ledningsfunktioner - och det upplever jag att jag får, och alla ska känna sig välkomna med sina tankar. Då blir jag en bra VD och mina medansvariga ledare blir trygga i sina roller, mina medarbetare trivs bättre på jobbet och kunderna blir nöjdare. Det ska vara roligt på jobbet!

- Och vad säger ägarna?

- Gisela och Olof som är tredje generationens Bil-Bengtsson ägare har varit med i hela den här processen, deltagit i utvecklingsresan och jag känner att de visar ett bra engagemang och har stor förståelse för att vi måste göra den här resan. Det handlar om självinsikt i alla delar av företaget för att vi ska lyckas med våra högt ställda mål, och det handlar om att vi alla kan ge det lilla extra!

Tips

- Skulle du kunna ge något tips till andra som är nyfikna på resan ni gjort?

- Absolut, jag har många gånger frågat mig själv varför jag inte gjorde medarbetarenkäten tidigare. Jag var orolig i onödan och det visade sig också att den blev ett bra startskott på det vi nu går igenom tillsammans. Det är bättre att veta än att oro sig för det okända, först då kan man ju göra något åt det. Den tanken kan appliceras på många olika områden i många olika branscher och jag tror det är viktigt att vända på alla stenar, allra helst i företag med en lång historia där man ofta av tradition gör på ett visst sätt utan att riktigt fundera på varför.

- Till slut måste jag bara fråga dig vad du tycker om Volvos Zlatan kampanj nu när jag är nere i Skåne?

- Kanon! Alla snackar om den och vi ser en uppgång i affärerna. Jag var nere i Berlin bara för några dagar sedan och träffade en del konkurrenter i branschen och det var många som kommenterade och gillade kampanjen, inte utan en viss avund :-). Att vi på Bil-Bengtsson dessutom redan har sålt 2 av totalt 150 Zlatan-edition bilar i hela landet blir grädde på moset.

- Ja, då tackar vi på IHM och önskar dig och er fortsatt framgång på er utvecklingsresa.

- Tack själva och välkomna tillbaks. Kör försiktigt.

IHM Business School är en privat, fristående affärsskola helägd av den ideella stiftelsen IHM. Verksamheten bedrivs vid egna skolor i Stockholm, Göteborg och Malmö och ute hos våra kunder. Vi utvecklar kompetensen som utvecklar näringslivet. Vårt uppdrag är att erbjuda människor och företag affärsutbildningar och samarbeten som är till nytta nu och i framtiden. Våra primära kompetensområden är inom marknadsföring, affärsutveckling, ledarskap, verksamhetsstyrning, försäljning och affärsekonomi. Vi formar och låter oss formas av omvärlden mitt i ett internationellt näringsliv som är under ständig förändring.

Kontaktpersoner



Linda Thyren

Presskontakt

CMO

linda.thyren@ihm.se

031 335 20 06