

DI HANDEL  
MORGENDAGENS SALG 2019

**CLAUS SEJR**  
**DIRECTOR, STRATEGY EXECUTION**



solar

stronger together

# Salgsorganisation under forandring



# Vi har 100 års erfaring og knowhow



**1919**

Grundlagt i 1919



**1953**

Børsnoteret siden 1953



**DKK 11,1 mia.**

DKK 11,1 mia. omsætning  
og en EBITA på DKK 327  
mio. i 2018



**Kunder**

Mange kunderelationer på  
vores markeder



**>50%**

E-business procent



**Centrallagre**

Strategisk placerede  
afdelinger og centrallagre



**215.000**

Ca. 215.000 lagerførte  
varenumre



**3.000**

Ca. 3.000 ansatte

# Sådan servicerer vi vores kunder

## Vi tilbyder et fleksibelt distributionssetup

- Daglevering
- Natlevering
- Levering på byggepladsen
- Levering på firmaadressen
- Pick-up
- Fastbox\*

## Vi arbejder, mens du sover

- Ordre via e-business før kl. 18.00 til levering før kl. 7.00\*
- Vi har en leveringsevne på 97%
- Vi udfører omfattende kvalitetskontrol

\* I udvalgte områder



● El  
● El og VVS

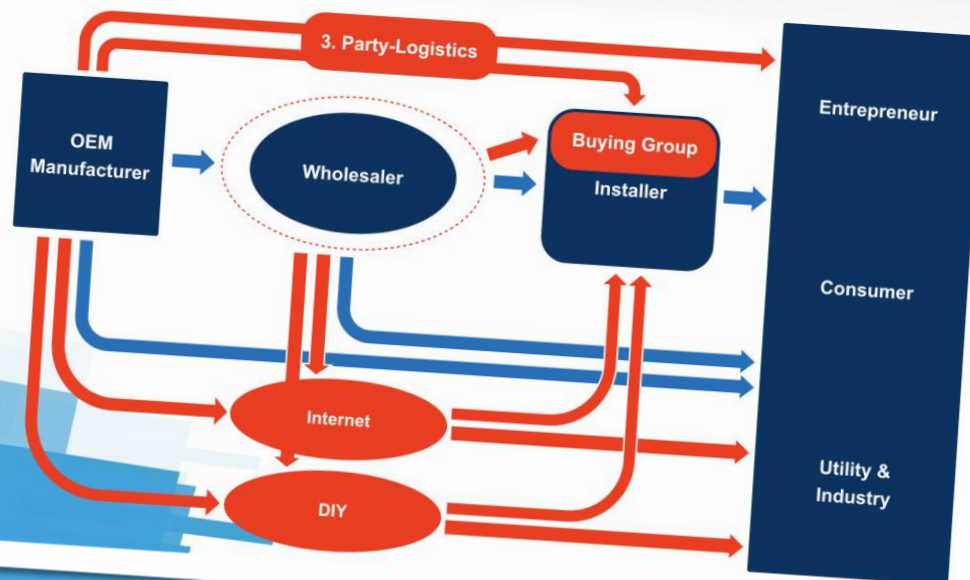
Vi bygger vores salgsudvikling på 3 byggesten:

- 1) Strategien
- 2) BtB trends
- 3) Kundefeedback

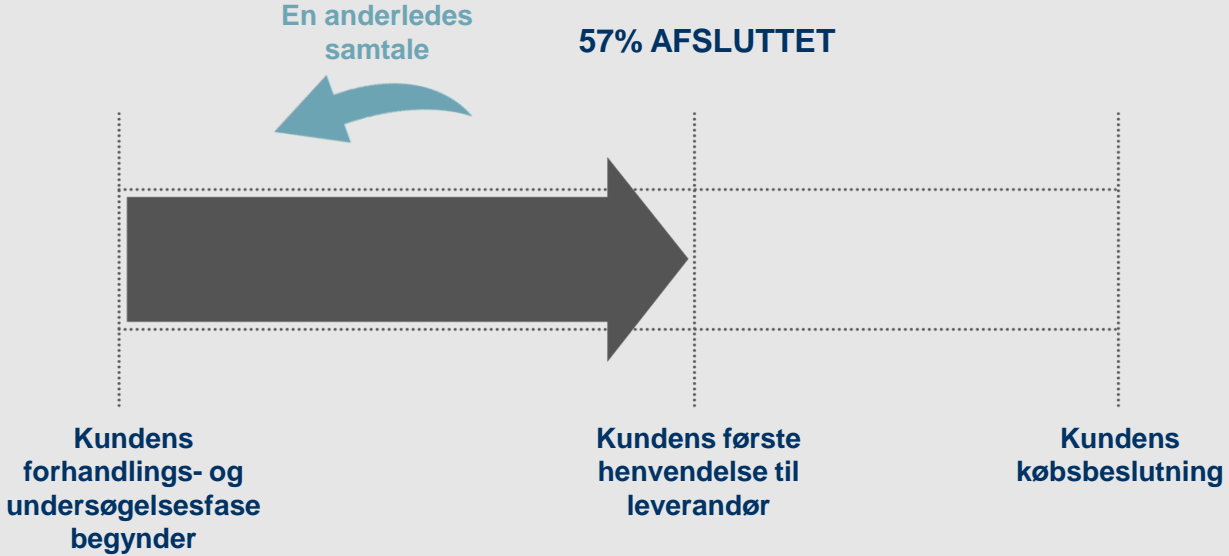


# Udfordringen for den traditionelle salgstilgang

## Current market structure

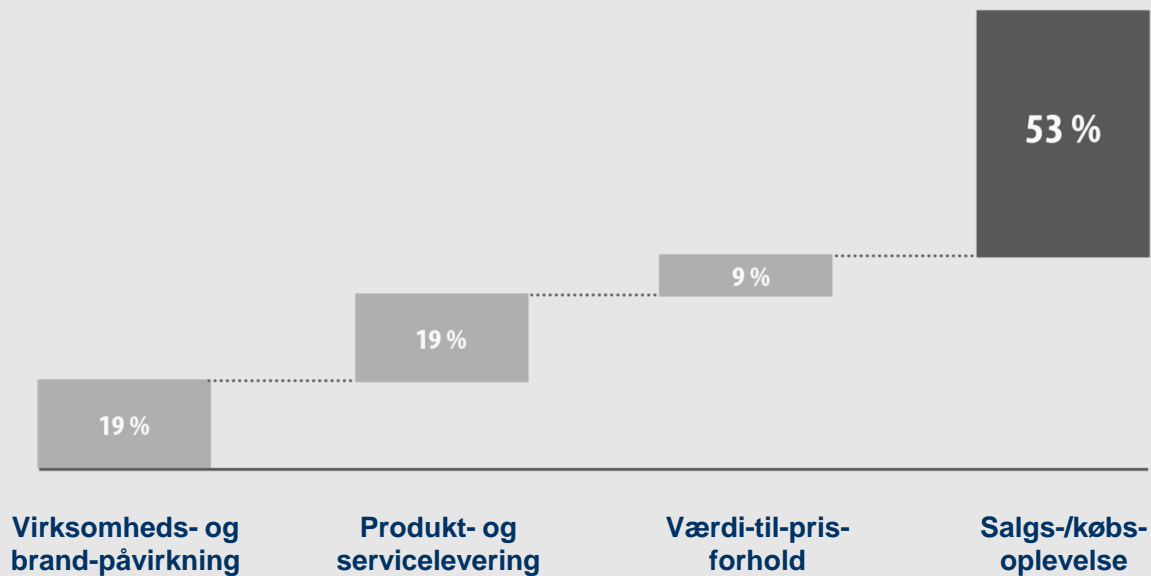


Kundens indkøbsproces er under forandring.  
Kunder har øget viden og ved, hvad de kan forvente.



- Kundebehov grundigt undersøgt
- Prioriteringer klar
- Krav overvejende defineret
- Leverandører sammenlignet
- Priser benchmarket

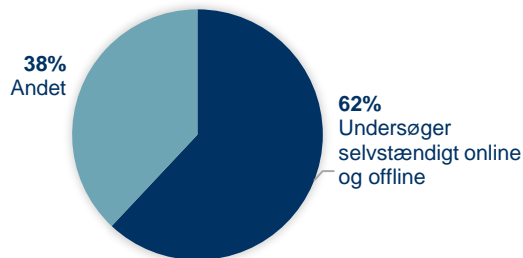
## Procentandel af bidrag til kundeloyalitet





# Kørt ud på et sidespor

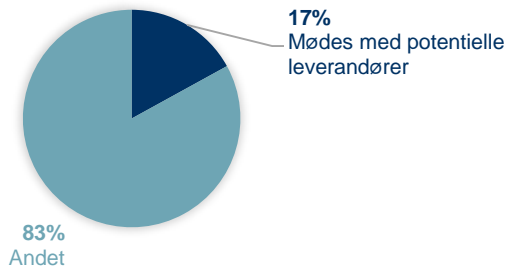
## PROPORTIONELT TIDSFORBRUG I B2B INDKØB



n = 750 B2B-indkøbere

Kilde: 2017 Gartner Digital B2B Buyer Survey

## TID BRUGT PÅ AT INTERAGERE MED LEVERANDØRER HOS DEN GENNEMSNITLIGE INDKØBER-GRUPPE



n = 750 B2B-indkøbere

Kilde: 2017 Gartner Digital B2B Buyer Survey

Note: "Andet" inkluderer at man selvstændigt opsøger information online og offline, mødes med indkøber-grupper samt andre indkøbs-aktiviteter.

## UDVALGT STATISTIK PÅ INDKØBSGRUPPER

Gennemsnitlig størrelse på gruppen: 11 medlemmer

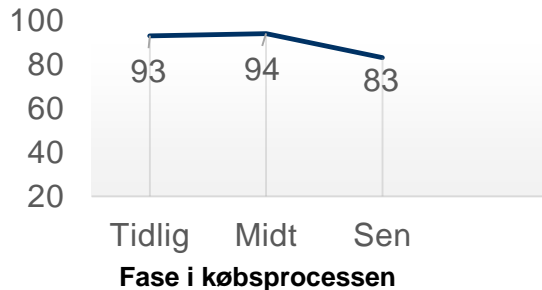
Gennemsnitlige antal informationskanaler som der konsulteres per medlem: 4.5

n = 750 B2B-indkøbere (2018); 1,174 B2B-indkøbere (2019)

Kilde: 2017 Gartner Digital B2B Buyer Survey; 2019 Gartner B2B Buyer Survey

% af indkøbere som benytter digitale kanaler

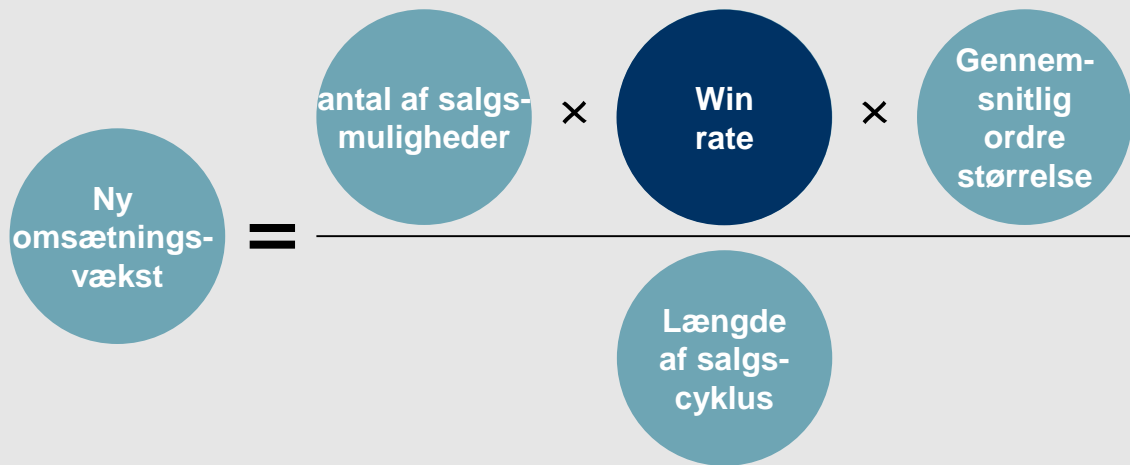
## B2B-INKØBERES BRUG AF DIGITALE KILDER Gennem købsprocessen



n = 739 B2B-indkøbere

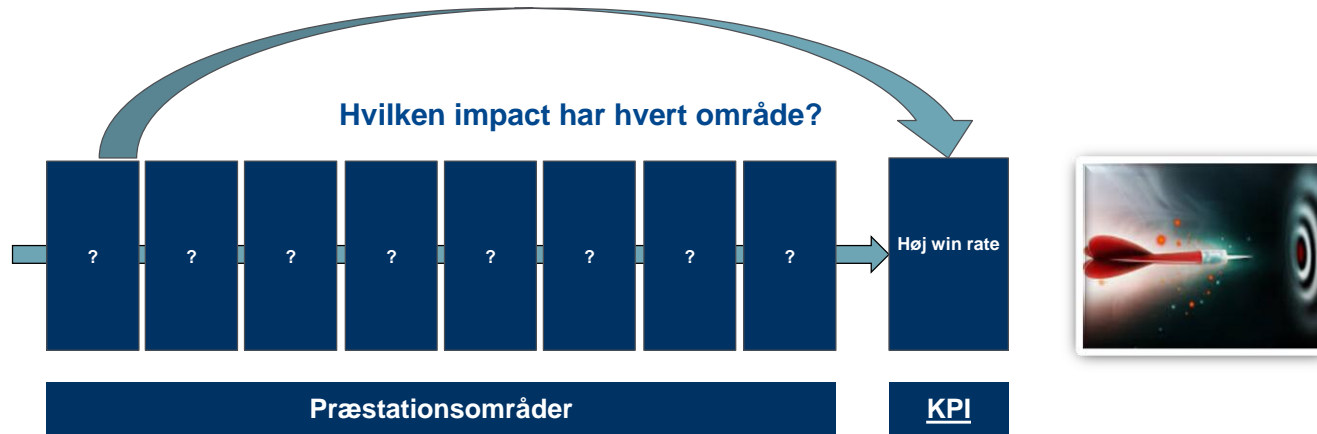
Kilde: 2017 Gartner Digital B2B Buyer Survey

# Hvad driver omsætningsvækst?



# principper for præstationsudvikling

kvalitet i kundeprocesserne generelt



# 250 kunder blev spurgt

Hvad anser I som værdiskabende fra salg?

---

1. **Giv kunden kommercielle indsigter** og viden om deres branche og virksomhed
2. **Kom med konkrete eksempler** på potentielle forbedringsområder
3. **Hjælp kunden med at reflektere** over alternative måder at løse problemer på, som kan reducere risiko
4. **Tydeliggør** værdien af de alternative måder at løse udfordringerne på
5. **Sørg for at kunden** får tryghed omkring implementeringen af løsningen



KUNDER SER SOLAR SOM ET REFERENCEPUNKT FOR SOURCING OG SERVICE

Hvad?

AT SKABE EN  
KOMMERCIEL  
INSIGHT- MODEL TIL  
AT DRIVE  
KUNDESAMTALER



AT SKABE EN SALGS-  
LEDELSESMODEL TIL  
AT DRIVE  
SALGSPRÆSTATION



SALGSKOMPETENCE  
FOR INSIGHT SALG

Hvorfor?

Vi definerer de  
væsentligste kommercielle  
insights, som understøtter  
vores value propositions ...

... for at sikre relevant input  
til at coache vores sælgere  
...

... som kombineret med  
forbedring af salgs-  
kompetencer vil sikre den  
nødvendige ændring med  
indvirkning ...

Vejledende  
princip

Klart definerede *value propositions* og  
kommercielle insights skaber et stærkt  
grundlag for værdiskabende **opportunity** coaching

Ledelsen driver forandringen, og gennem  
ledelsestræning sikres en virkelig forandring  
inden for salgsorganisationen

- Vi har oplevet en væsentlig stigning i kundetilfredshed i mødet med den nye salgsapproach
- Vi ser tidlige (og foreløbige) indikationer på positiv udvikling i omsætning på kunder "udsat" for den nye salgsapproach
- Vi stiler efter en ny og mere værdiskabende rolle for det eksterne salg (noget man ikke kan digitalt)
- I en verden med big data og digitalisering, skal vi være opmærksomme på kravene til den enkelte sælgers kompetencer og opgaver
- At differentiere Solar i markedet....?

