

”

*Den positiva förändring vi åstadkom var helt och hållet den här aktivitetens förtjänst. För övrigt den enskilt bästa aktiviteten vi kom att göra över huvud taget!”*



*Christer Björkén, ansvarig för nationell kundtjänst, Telia*

---

## TELIAS SITUATION

Ett tidigt kundupplevelsedrag, som kom att bli något av ett embryo till det som senare skulle bli känt som Sällma-modellen, kom att genomföras redan för ett 20-tal år sedan.

Telia, som Sällma under en lång följd av år levererat en rad kompetensutvecklingsinsatser inom kundkommunikation och sälj till, hade vid den här tiden ett drygt 20-tal kundtjänstsjöter runt om i landet.

En av dessa, Nationell kundtjänst i Sundbyberg, med ca 70 medarbetare och vars uppgift var att serva kunderna på kvällar och nätter, gick vid denna tidpunkt inte bra. Man hade stora interna attitydutmaningar vilket innebar en allmänt negativ arbetsmiljö som påverkade servicegrad och möjlig merförsäljning. Det hade gått så långt att ledningen övervägde att lägga ned enheten. "Händer det inget lägger vi ner!", resonerade man. Företagsledningen ville samtidigt ge det hela en chans och satsa för att försöka vända skutan. I detta läge hade man organisationens lägsta kundnöjdhet och försäljningssiffrorna var som sagt mycket dåliga.

## VAD GJORDE SÄLLMA?

Tillsammans med företagsledningen tog Sällma fram en plan för hur man skulle förändra attityder och beteenden med ambitionen att utveckla kundnyttan genom att utifrån den individuella kundens situation, lösa hela dennes problem, vilket många gånger ledde till sälj eller merförsäljning.

Den inledande förstudien visade på stora brister i grundstrukturen för kundsamtalet. Och merförsäljning var starkt underutvecklat i hela organisationen. Det upplägg man sen kom att genomföra innebar att man varvade en rad halvdags workshops med samlyssning i kombination med säljcoaching. Detta innebar också att man tydligt kunde rikta workshopinnehållet mot de för utvecklingen mest relevanta områdena.

Parallellt med detta tränades teamledarna i coaching och ledarskap. Successivt fasades dessa sen in i säljcoachingen där Sällma-konsulterna från att initialt helt ha hållit i coachingen lämnade över till teamledarna, steg för steg. Under senare delen av processen fick sen teamledarna själva coachande feedback på sin insats visavi respektive kundtjänstmedarbetare.

## **VAD BLEV RESULTATET?**

På det årsbokslutsseminarium som senare kom att hållas för hela organisationen konstaterades att Nationell kundtjänst i Sundbyberg i jämförelse med samtliga övriga 22 enheter hade gjort den enskilt största förbättringen. Med en bra samtalsstruktur i botten fick man ännu nöjdare kunder men framför allt fick man till en helt annan omfattning på merförsäljningen. Och nedläggningshotet var med detta undanröjt!

## **VI FÅR RÄTT SAKER ATT HÄNDA**

Kontakta oss gärna för mer information om vad vi kan erbjuda dig och vilka förbättringar och förändringar ett samarbete kan innebära.

E-post: [info@sallma.se](mailto:info@sallma.se)

Telefon: 08-505 65 220