

Råd
& tips

Det gode virksomhedsbesøg

Sådan gør du før, under og efter besøget



RÅD OG TIPS TIL DET GODE VIRKSOMHEDSBESØG

Formålet med dette stærkt forenklede skriv er at inspirere dig som konsulent til at tænke over, hvordan du kan få mest muligt ud af kampagnebesøgene i virksomhederne.

Skrivet kan dog også tjene til at skabe ”fælles fodslaw” i virksomhedskontakten og fungere som en hurtig tjekliste for jeres virksomhedsteam.

Skrivet har fokus på det gode virksomhedsbesøg - med struktur, kvalitet og stringens - men stadig med respekt for den enkelte virksomhedskonsulents personlige stil.

Det gode virksomhedsbesøg kræver strategisk omtanke både før, under og efter besøget. Det følgende er derfor opdelt i, hvad du skal forholde dig til, og hvordan du skal forholde dig - før, under og efter mødet.

1. FØR MØDET

- Forbered mødet
- Forbered en casehistorie
- Tænk positivt
- Tænk over købs- og salgsadfærd

2. UNDER MØDET

- BALA-modellen
Behov - Accept - Løsning - Accept
- Tag indvendinger i opløbet

3. EFTER MØDET

- Følg op på mødet
- Match

Brug 15-20 minutter til at forberede hvert besøg

FORBERED BESØGET

En god forberedelse giver dig et bedre udbytte af det enkelte besøg. Der er brugt lang tid på at få mødet i hus, og du bruger lang tid på transporten og på at afholde selve mødet (samlet måske et par timer). Derfor er det

godt givet ud at bruge de 15-20 minutter, det tager at blive klogere på virksomheden inden mødet. Der gemmer sig mange vigtige oplysninger, der kan lette adgangen til et samarbejde med virksomheden.

FORBEREDELSESPØRGSMAÅL

TIP

De vigtigste forberedelsesspørgsmål

- Hvad laver virksomheden?
- Hvilken branche og hvor mange ansatte?
- Hvad er deres typiske behov for arbejdskraft?
- Hvilket behov har denne type virksomhed typisk i forhold til jobcentrets servicetilbud generelt?
- Hvordan er deres organisation opbygget? (oplist de afdelinger, du forventer virksomheden består af, så du kan spørge ind til et eventuelt behov for arbejdskraft i hver afdeling)

Inspiration til flere forberedelsesspørgsmål

- Hvad er dit bedste gæt på, hvad der kan forhindre et samarbejde med virksomheden?
- Hvad er dit bedste gæt på, hvad der kan starte et samarbejde med virksomheden?
- Hvad er deres vision/mission/værdier?
- Er de medlem af nogen erhvervsnetværk?
- Hvordan er den person / de personer, du skal mødes med, placeret i organisationen?

Du kan hurtigt finde svar på de fleste spørgsmål via:

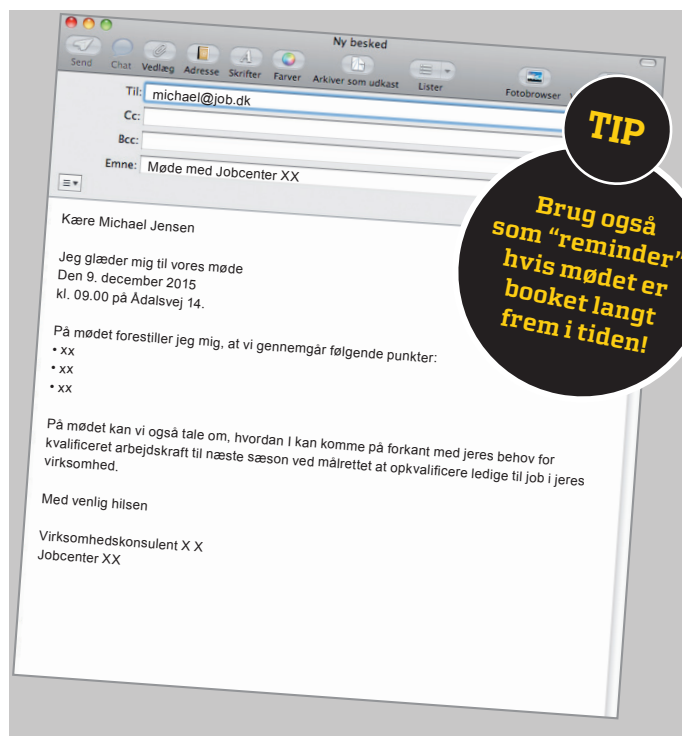
- Virksomhedens hjemmeside
- LinkedIn / Facebook
- CVR-registeret
- Virksomhedsdatabaser
- Dit netværk og de erhvervsnetværk, du er med i
- Tjek også arbejdsmarkedsbalancen og find ud af, om der er mangel i branchen, paradoksproblemer, gode eller mindre gode jobmuligheder mv.

Husk dit visitkort, præsentationsmaterialer og registreringsark

BYG FORVENTNINGERNE OP

I forbindelse med mødebookingen modtager virksomheden en mødebekræftelse og en pdf. med forberedelsesspørgsmål. Du kan dog med fordel supplere med din egen "Jeg glæder mig til at møde dig/er"-Email.

Specielt hvis mødet er booket længere ud i fremtiden, kan det være formålstjenligt at minde virksomheden om besøget og samtidig starte med at bygge deres forventninger op til værdien af et samarbejde med jobcentret.



FORBERED EN CASEHISTORIE, VIRKSOMHEDEN KAN IDENTIFICERE SIG MED

Som virksomhedskonsulent er fordelene ved et samarbejde med jobcentret indlysende. Men det er de sjældent alligevel!

Virksomheden skal overbevises om de mange fordele og udbytter ved et samarbejde med jobcentret. Og der er ikke noget som historier fra det virkelige liv, når det gælder om at overbevise andre.

Metoden er enkel. Inden mødet tænker du på en tilsvarende virksomhed, som har fået konkrete fordele og resultater af samarbejdet med jobcentret. Denne historie fortæller du ved en passende lejlighed under besøget i virksomheden, med speciel vægt på resultaterne.

TIP

Øv dig på at fortælle historier sammen med din kollega. Måske bliver I inspireret af hinandens fortællinger, og du vil opleve, at du er bedre klædt på næste gang, du skal holde et møde.

EKSEMPEL PÅ EN FORTÆLLING

"En virksomhed, der ligner jeres, (fortæl hvad den hedder, og hvor den ligger) opkvalificerede sidste år - via et kort kursus - fem ledige, så de var klar til ordinære stillinger i sommersæsonen. Vi udsøgte og screenede de ledige og koordinerede uddannelsen med uddannelsesstedet. To af medarbejderne er nu fortsat efter sommersæsonen med andre opgaver - fortsat i ordinære stillinger. Samlet set har det sparet virksomhederne mange ressourcer, at vi både hjalp med rekrutteringen og opkvalificerede de ledige direkte til de aktuelle job i virksomheden."

TÆNK POSITIVT - DET GAVNER DIG SELV OG GIVER ET BEDRE MØDE

Vi styres i høj grad af vore overbevisninger om, hvordan verden er indrettet, og hvordan andre mennesker tænker. Og vi kommer længere ved at tænke positivt "det skal nok gå" end at tænke negativt, "det går aldrig".

Dine overbevisninger styrer også dine forventninger, din udstråling og din adfærd ved et virksomhedsbesøg, så hvis nogle af dine forventninger er negative, så prøv at vende dem til at være positive.

EKSEMPEL PÅ NEGATIV OVERBEVISNING VS. POSITIV OVERBEVISNING

Virksomheder tænker kun på bundlinjen.



Mange virksomheder vil gerne tage et socialt ansvar.

Den type virksomhed eller den konkrete virksomhed er helt umulig for mig.



Lad os starte på en frisk med den virksomhed/ den type virksomhed.

De forventer, jeg kan lovgivningen på fingrene. Hvis jeg ikke kan, må jeg bluffe.



Jeg er konsulent, ikke sagsbehandler, så det er helt i orden at vende tilbage med svar, hvis jeg ikke har det på rede hånd.

De tror, jeg bare kommer for at sælge en dårlig ledig.



Vi gør et seriøst arbejde i jobcentret og er gode til at matche virksomheder med den rigtige medarbejder.

Virksomheden ser ned på mig, fordi jeg kommer fra jobcentret (kommunen).



Jobcentrets image er stærkere, end du tror!

Jeg kan umuligt nå mine mål. Den oplevelse deler jeg med mine kolleger.



Hvad kan vi gøre sammen?

Hvis jeg roder rundt i reglerne, er det fordi jeg ikke er god nok til mit arbejde.



Der er mange, der føler sig bagud i forhold til at følge med lovgivningen. Kan vi finde fælles løsninger på det?

Jeg bliver til grin, hvis jeg dummer mig.



Det er tilladt at begå fejl.

Virksomheden er professionelle forhandlere og tromler mig nemt.



Vi konsulenter er trænede rådgivere med stor erfaring og ekspertise inden for vores felt.

VED AT TÆNKE OVER SALGS- OG KØBSADFÆRD KAN DU NEMMERE SÆTTE DIG I VIRKSOMHEDENS STED

I salgsverdenen opererer man med købsadfærd og salgsadfærd, og selv om du som virksomhedskonsulent jo ikke er "sælger" i traditionel forstand, giver det god mening at stille de to typer adfærd op overfor hinanden.

På den måde kan du med fordel reflektere over, hvordan besøget "måske" ser ud fra virksomhedens side og dermed nemmere afdække og forstå alle de parametre, der påvirker virksomhedens beslutning om fx et samarbejde.

SALGSADFÆRD (KONSULENT) VS. KØBSADFÆRD (VIRKSOMHED)

Jeg skal se behovet hos virksomheden og relatere det til vores services



Har vi behov for det?

Jeg bruger information fra kunden til at komme igennem med mit produkt



Passer det til det, vi allerede har?

Prisen/tiden er vigtig for kunden



Har vi råd/tid til det, i forhold til andet, vi har brug for?

Jeg skal igennem til beslutningstageren



Hvad vil omverdenen og vores "system" synes om, at vi indgår samarbejde?

Jeg skal overbevise virksomheden om fordelene ved samarbejdet



Er der en risiko ved at indgå et samarbejde?

Samarbejdet er vigtigt for virksomheden



Hvad har det af værdi for os?

Hvis jeg tilbyder nok information bider virksomheden på



Er det den rigtige samarbejdspartner (hvem kan ellers hjælpe os)?

Så længe jeg skaber tillid, skal jeg komme igennem



Kan vi løse det selv?

IDENTIFICÉR BEHOVET - FØR DU KOMMER MED EN LØSNING

Det er vigtigt, at du først får identificeret, hvilke behov virksomheden har, før du præsenterer dem for jobcentrets løsninger og services.

Mange virksomhedskonsulenter er rigtig gode til at præsentere jobcentrets tilbud og kan derfor komme til at starte med at fortælle om de mange gode "services", de har med i tasken. Men det er helt afgørende, at virksomheden selv oplever, at de har et behov, så man dernæst kan finde en løsning, der dækker behovet.

Dit job som virksomhedskonsulent er i første omgang - via aktiv lytning og spørgeteknik - at spørge ind til virksomheden, og afdække hvilke udfordringer, de står med. På baggrund af udfordringerne hjælper du med at formulere et behov, som virksomheden accepterer som et behov. Først derefter kan du gå i gang med at tale om, hvordan jobcentret kan hjælpe virksomheden med at dække det behov.

Det er også den proces, man kalder BALA: Behov - Accept - Løsning - Accept

Opgaven for dig som virksomhedskonsulent er at identificere, hvilke af de udfordringer virksomheden fortæller om, som jobcentret kan hjælpe med.

Herefter formulerer du nogle mulige behov, som du forestiller dig, virksomheden har, eller som de ligefrem selv fortæller om. Og så søger du virksomhedens accept af, at dette er gyldige behov. Brug så lang tid, som det er nødvendigt for at indkredse behovene. Når du formulerer behovene, skal du IKKE omtale løsningerne, kun de fordele, løsningerne fører med sig, fx i form af sparede ressourcer, bedre økonomi, styrket image, mere stabilitet eller andet.

TIP

Tro aldrig, at virksomheden selv kan se fordelene ved løsningerne. Du skal få virksomheden til at se de fordele, der er indlysende for dig som professionel konsulent.

SÅDAN KAN DU HJÆLPE MED AT FORMULERE BEHOV OG FÅ ACCEPT

- Så stabile medarbejdere er vigtigt for jer?
- Så det I har behov for, er medarbejdere med helt specielle kompetencer?
- Så I vil gerne skære ned på unødvendige omkostninger?
- Så det er vigtigt for jer at have et stærkt image udadtil, hvor folk forbinder jer med nogle positive værdier?
- Så hvis vi kunne finde en måde at opkvalificere jeres medarbejdere på, uden at I behøver undvære arbejdskraft i mellemtiden, så kunne det være interessant?
- Så det jeg kan forstå er, at I har brug for nogle gode alternativer til at afskedige medarbejdere/acceptere et højt sygefravær eller ... ?

INTRODUCÉR LØSNINGEN OG FÅ ACCEPT

Når du har fået accept på de overordnede behov i virksomheden begynder du stille og roligt at koble disse behov til (løsningen) et samarbejde med jobcentret.

SÅDAN KAN DU KOBLE BEHOVENE TIL ET SAMARBEJDE

- ”Jeg forestiller mig, at det kunne hjælpe jer, hvis I kan spare nogle penge ved dels at tiltrække medarbejdere på en nem og økonomisk måde, og dels ved at nedbringe sygefraværet eller opkvalificere” (eller hvad du nu konkluderer, at de har behov for).”
- ”Kunne en måde at spare ressourcer på i personaleafdelingen være at effektivisere jeres rekruttering og mindske udgifter til annoncering?”

Nu er det på tide at introducere løsningen, og i samme åndedrag skal du aktivt fortælle, hvordan løsningen imødekommer behovet. Det skal du gøre ved at fortælle om løsningen og derpå, hvad man OPNÅR ved løsningen,

og hvad man UNDGÅR ved løsningen. Tænk NYTTEVÆRDI. Hvordan giver det mening for virksomheden? Hvordan matcher det virksomhedens ”købsadfærd”?

SÅDAN KAN DU INTRODUCERE LØSNINGEN

- ”Det, jeg umiddelbart tænker, I kunne have glæde af, er et samarbejde om ... og det ville have den fordel for jer, at ..., samtidig med, at I ville undgå at ...”
- ”Ud fra det, du fortæller, tror jeg, at en god løsning for jer måske kunne være at ... og det I ville få ud af det på kort sigt er og på lang sigt og måske kunne I så undgå ... ”

EKSEMPLER PÅ KONKRETE LØSNINGER

- ”Hvis I opretter en praktikplads for et ungt menneske, så får I lidt goodwill ind på kontoen, og kan være med til at give jer et endnu bedre omdømme.”
- ”Hvis du opkvalificerer dine medarbejdere med jobrotation, så får du mere kompetent arbejdskraft, så din virksomhed bedre kan følge med udviklingen. Dermed undgår du at tabe konkurrencefordele og miste ordrer og indtjening.”

Når du på denne måde har introduceret gode løsninger, der matcher virksomhedens behov, så er tiden kommet til at søge accept af løsningen og fx spørge virksomheden

på en måde, så de selv tilkendegiver, at løsningen kan bruges.

SÅDAN KAN DU SØGE ACCEPT PÅ DIT LØSNINGSFORSLAG

- "Hvordan passer det i forhold til, hvad du selv tænker?"
- "Synes du, det lyder fornuftigt?"
- "Hvordan lyder det? Stemmer det overens med det, du selv tænker?"

Har virksomheden et reelt behov for at samarbejde med jobcentret, er chancerne for succes nu optimerede. Det er dog sjældent, at du som konsulent kan styre mødet fra

først til sidst, for virksomheden vil typisk have indvendinger mod nogle af løsningerne. Indvendinger, der kræver et fælles arbejde blandt konsulenterne at imødegå.

VÆR FORBEREDT PÅ INDVENDINGER OG TAG DEM I OPLØBET

Mange virksomheder kan ikke umiddelbart se, hvorfor de skal prioritere et samarbejde med jobcentret. De tænker kortsigtet – her og nu – og ser måske tiden bedre brugt på produktion og indtjening.

Virksomhederne mener derfor at have gode grunde til ikke at tænke et samarbejde som noget særlig fordelagtigt. Det er derfor din rolle både før, under og efter besøget at gøre samarbejdet til noget, der er tiden værd, og mere til.

En god måde at behandle indvendinger på, er ved at imødekomme dem afslappet og derefter lede modparten væk fra problemet og over mod en løsning.

Som virksomhedskonsulent vil du stå godt hvis du bruger tid på at lave en liste over de typiske indvendinger, og hvordan du imødegår dem én for én.

TYPISKE INDVENDINGER OG MULIGE SVAR

"Vi har ikke ressourcer eller tid pt. til at investere i et samarbejde"



"Samarbejdet bliver på jeres præmisser og vil hjælpe jer med at få mere tid til kerneforretningen"

"Vi er egentlig ret glade for den samarbejdspartner, vi har på rekruttering nu"



"Måske kan vi supplere jeres samarbejdspartner på nogle områder? Eller samarbejde om fastholdelse af de medarbejdere, I allerede har?"

"Det bliver nok for svært at finde de medarbejdere, vi har brug for"



"Måske - men vi er villige til at give det vores bedste skud og vi har adgang til alle ledige kandidater i Danmark. Vi kunne jo starte med at udsøge og screene to-tre kandidater?"

HUSK "THE BASICS"

Du kan det sikkert til fingerspidserne. Her er et brush-up på principperne for god mødeskik.

STARTEN PÅ MØDET

TIP

- **Giv hånd, præsenter dig og aflever dit kort**

Giv dit visitkort med "vægt" til kontaktpersonen (og øvrige deltagere). Måden du gør det på fortæller underbevidst meget om din selvopfattelse, og ikke mindst om dem, du møder. Lad dem fra start vide, at de er vigtige.

- **Spørg ind til hvem deltageren / deltagerne er, og hvad deres funktion er**

Selv om du har fået deres visitkort, er det godt at få afklaret, hvem de er.

- **Gennemgå formålet med mødet og forventningen til mødets resultat allerede i starten**

Sæt en kort dagsorden, så mødet både bliver behageligt, og du samtidig sikrer, at I kommer om kring de væsentligste ting. Hør eventuelt om de har fået forberedelsesarket og har tænkt over de spørgsmål, der var oplyst i det?

- **Afklar længden af mødet fra start**

Mange møder ender desværre brat, fordi man har glemt at afstemme tidsrammen. Som udgangspunkt er mødet sat til en halv times tid, men hør hvad virksomhedens forventning er, så du sikrer, at du når omkring det hele.

- **Lad virksomheden tale i starten**

Lad virksomhedens kontaktperson tale i starten af mødet. Stil åbne spørgsmål og vis interesse. Jo mere de taler om sig selv, jo mere vil de slappe af og være parate til at modtage din præsentation af jobcentrets services. Lad endelig være med at skynde dig at præsentere jeres services og brug aktiv lytning og spørgeteknik sammen med BALA, så får du det bedste resultat med hjem.

UNDER MØDET

- **Tag noter**

Det er en illusion at tro, at du kan huske alt, hvad der bliver sagt og aftalt. Derfor er det vigtigt, at du tager noter under samtalen (brug eventuelt det registreringskema, I har fået tilsendt). Det gør også den efterfølgende registrering meget bedre, og viser samtidig virksomheden, at du tager besøget alvorligt og seriøst.

- **Flere deltagere - del opmærksomheden**

Hvis der er flere deltagere på mødet, så sørg for at dele opmærksomheden mellem alle tilstedeværende. Undgå kun at fokusere på chefen. Når virksomheden evaluerer mødet efterfølgende, vil alle blive hørt og komme til orde.

TIP

Brug
møderegistreringskemaet

Møderegistrering

Virksomhedens navn: _____

Dir. nr.: _____

Sted nr. / Nr. _____

Kontaktperson: _____

E-mail: _____

og titel: _____

Virksomhedsnr.: _____

Dage: _____

Bemærkning af ordlær: _____

Ang af ledige til udarbejdning af CV's og ansøgninger, samt af tidsforbrug (i minutter)

Fuldt navn af deltageren: _____

*Skriv om spørgsmål - på side 2 af bogen

Brug altid en tydelig, sort eller blå pen.

Mødetidspunkt: _____

Kontaktperson: _____

Dage: _____

AFSLUTNING PÅ MØDET

TIP

- **Opsummering**

Brug dine noter til at opsummere, hvad I har talt om og besluttet - og få en endelig accept på konklusionerne. Tag dig tid til at gøre det ordentligt. Det er også en sikring mod misforståelser for begge parter.

- **Næste skridt?**

Spørg ind til, hvad der skal ske nu? Hvad er datoen for næste møde eller kontakt? Det er vigtigt, at I bliver enige om en konkret dato - og ikke bare nøjes med "næste uge" eller "om 14 dage". Forpligt jer begge på en dato og et tidspunkt.

- **Glemte spørgsmål til virksomheden**

Spørg, om der er noget, du har glemt at spørge om? Måske sidder virksomheden tilbage med noget åbenlyst, du burde have med hjem? Det sikrer både, at du får alt det vigtige med og efterlader samtidig et professionelt indtryk af dig som samarbejdspartner.

- **Glemte spørgsmål til dig**

Spørg, om der er noget, de har glemt dig at spørge om? Det åbner for ting, de måske fløj lidt hurtigt hen over, men gerne ville have dvælet mere ved. Det efterlader også et solidt indtryk af, at I sammen er nået hele vejen rundt om samarbejdspotentiallet.

- **Bed om en rundtur [hvis der er tid og mødet er gået godt]**

Hvis mødet er gået godt, og der er tid til overs kan du med fordel høre, om du må få en kort rundvisning i virksomheden. Det kan afdække endnu flere samarbejdsmuligheder. Har de fx en kantine, en reception eller et lager, hvor man også kan se, at jobcentret kan være til nytte?

FØLG OP, FØLG OP, FØLG OP - PÅ MØDET!

Hvis du har fulgt rådene på de forrige sider, kommer den første opfølgning helt automatisk, fordi du aldrig afslutter et møde uden en konkret aftale om, hvornår du igen kontakter virksomheden (med mindre det gik så dårligt, at der ikke var noget ønske om ny kontakt).

Skulle det alligevel være glippet, har du dog stadig muligheden for at "redde" kontakten og holde den varm. Mange gode resultater skabes ofte i den dialog, du tager op med virksomheden efter mødet, typisk pr. mail eller telefon. Virksomheden har så også haft mulighed for at lade besøget "synke ind" og kan nogen gange være mere klar til at lave konkrete aftaler et stykke tid efter mødet.

Du kan fx samle tråden op ved at opsummere, hvad I kom frem til på mødet og krydre det med nye ideer til samarbejdet. Skriv, hvordan du forestiller dig næste skridt i samarbejdet, og hvilke muligheder du ser fremover. Brug i det hele taget dialogen til at blive ved med at undersøge, hvad virksomheden finder vigtigt i et samarbejde med jobcentret.



BRUG DE SOCIALE / ELEKTRONISKE MEDIER

En anden god måde at holde kontakten varm på er ved at "connecte" med virksomheden / kontaktpersonen på LinkedIn og/eller få lov at sende et elektronisk nyhedsbrev.

På den måde kan du hurtigt opbygge et stærkt online netværk, som du både kan trække på og løbende påvirke med gode casehistorier og nye servicetilbud.

