



MERCURI
international

Mercuri International

BabyBjörn Fallbeispiel

KAM und Value Based Selling wurden zu den Schlüsseln für den weltweiten Erfolg von BabyBjörn

In der schnelllebigen globalen Geschäftswelt ist es wichtiger denn je, eine zukunftsorientierte Strategie zu haben. BabyBjörn hat sich dies zu Herzen genommen und sich 2023 auf eine spannende Reise begeben. Sie brachten ihre besten Vertriebsleiter aus der ganzen Welt zusammen, um ihr Fachwissen über Kundenplanung und intelligente Vertriebsstrategien zu vertiefen.

Mit Märkten, die sich über Asien, Europa und Nordamerika erstrecken, stand das Unternehmen vor einer Herausforderung. Aber sie hatten eine klare Vision: Sie wollten ihre Führungskräfte mit dem Wissen ausstatten, das sie benötigen, um sich im komplexen Geschäftsklima von heute erfolgreich zu bewegen. Gemeinsam mit Mercuri International entwickelte das Unternehmen ein globales Vertriebsstraining mit den Schwerpunkten Key Account Management und Value Based Selling. Das Programm basiert auf einer hybriden Methodik, die digitale Module mit virtuellen und Präsenzs Schulungen kombiniert.

Die Herausforderung

Im Jahr 2022 begann BabyBjörn eine spannende Entwicklungsreise für seine Top-Verkaufsmanager aus EMEA, Japan, Korea, Südostasien, China und Nordamerika.

Das Ziel war einfach: die strategischen Kundenplanungsfähigkeiten von Vertriebsmanagern zu stärken und sie dazu zu inspirieren, innovative, wertschöpfende Geschäftslösungen zu entwickeln.

Diese ausgewählten Führungspersönlichkeiten mussten auch ihre Fähigkeit verbessern, Vereinbarungen in einem sich ständig verändernden globalen Umfeld neu zu verhandeln.



BabyBjörn und Mercuri

Unsere Lösung

Gemeinsam mit Martin Eisele, Global Sales Director bei BabyBjörn, implementierten wir ein Key Account Management Programm, das auf hybridem Lernen basiert, bestehend aus digitalem Training gemischt mit physischem und virtuellem Klassenzimmertraining.

- Die Teilnehmer konnten sich im Vorfeld mit Theorien und Konzepten auseinandersetzen.
- Erfahrungsaustausch und gute Teamarbeit in realen Arbeitssituationen.
- Langfristige Entwicklung der Fähigkeiten der Teilnehmer dank der Sales Labs.

Unser Ergebnis

- Verbesserte Kenntnisse der strategischen Kundenplanung in den Geschäftsbereichen der Teilnehmer.
- Verbesserte Fähigkeit zur Entwicklung wertorientierter Geschäftslösungen.
- Verstärkter Teamgeist und bessere Zusammenarbeit in den Verkaufsteams.

”

„Die Zusammenarbeit mit Mercuri International half BabyBjörn bei der Entwicklung und Harmonisierung seiner globalen Markenstrategie und versorgte das Unternehmen mit den Tools und dem Wissen, um seinen internationalen Partnern und Kunden einen größeren Mehrwert zu bieten.“

Martin Eisele
Globaler Verkaufsleiter, BabyBjörn



MERCURI
international

Mercuri International

Grow your people
Grow your business