



ERIKS: Van transactioneel verkopen naar solution selling

*Een integrale leerreis van productfocus naar klantwaarde,
met internationale uitrol*

ERIKS

 **intenza**
van ambitie naar resultaat



ERIKS Nederland is een toonaangevende industriële dienstverlener met een heldere missie: de industrie beter en efficiënter maken. Met 1.150 medewerkers en een portfolio van 900.000 producten ondersteunen zij klanten in vrijwel elke sector - van de voedingsmiddelenindustrie tot de petrochemie - om kosten te besparen en productieprocessen te optimaliseren.

De uitdaging: van transactioneel verkopen naar solution selling

ERIKS is een inhoudelijk en technisch gedreven organisatie. De kern van de uitdaging lag in de transformatie van de commerciële organisatie. We wilden de stap maken van transactionele verkoop naar 'Solution Selling'. Het doel was niet langer om simpelweg een slang of een motor te leveren omdat de klant daarom vroeg, maar om de 'pijn' en de achterliggende behoeften van de klant echt te begrijpen. Waar ligt de klant nou echt wakker van?

Voor veel technisch gedreven professionals betekende dit ook een andere kijk op hun rol. 'Verkopen' werd niet altijd gezien als een expliciet onderdeel van het vak, maar vooral als het logisch oplossen van technische vraagstukken. De uitdaging lag er ook in om, zonder afbreuk te doen aan die technische expertise, meer ruimte te creëren voor het begrijpen van de achterliggende klantbehoefte en het voeren van het juiste gesprek.

In gesprek met



Vera van Vilsteren
Global Head of Learning & Development at ERIKS



Bas van Elk
Learning & Development Business Partner ERIKS Benelux



Doelgroepen

Samen met Intenza is gekozen voor een integrale leerreis voor drie doelgroepen, waarbij gestart werd met de:

1. Accountmanagers - Van leverancier naar strategisch partner

Het programma voor Accountmanager (Key, Regional, Area) richtte zich op het versterken van de strategische adviesrol richting klanten. De kern lag bij Solution Selling: het achterhalen van de vraag achter de vraag, het voeren van gesprekken op businessniveau en het verbinden van ERIKS-oplossingen aan klantdoelstellingen zoals continuïteit, betrouwbaarheid, kostenbeheersing en performance.

2. Application Engineers - Technische expertise met commerciële slagkracht

Voor Application Engineers (technische buitendienst) lag de focus op het combineren van diepgaande technische kennis met consultatieve en commerciële vaardigheden. In dit programma leerden zij hun expertise expliciet in te zetten om klantbehoeften te analyseren, latent aanwezige problemen zichtbaar te maken en oplossingen te positioneren vanuit toegevoegde waarde.

3. Inside Sales

Het Inside Sales-programma vormde een belangrijke verbreding van het Solution Selling-concept binnen ERIKS. Met Golden Hour & Golden Power introduceerde Intenza een concrete werkwijze om proactief salesgedrag te structureren en te borgen in het dagelijks ritme. Dit alles met als doel de vele offertes die worden opgesteld en uitgestuurd meer op te volgen.

De uitrol startte in Nederland en is later uitgerold naar België, Frankrijk, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Zwitserland.

"De belangrijkste uitdaging was om niet langer alleen producten te verkopen, maar oplossingen te bieden die passen bij de behoeften van onze klant..."

ERIKS SALES TRAINING for Technical Experts

Understand and unburden the customer

— Management Support Line

Online

Learning by doing Application assignment

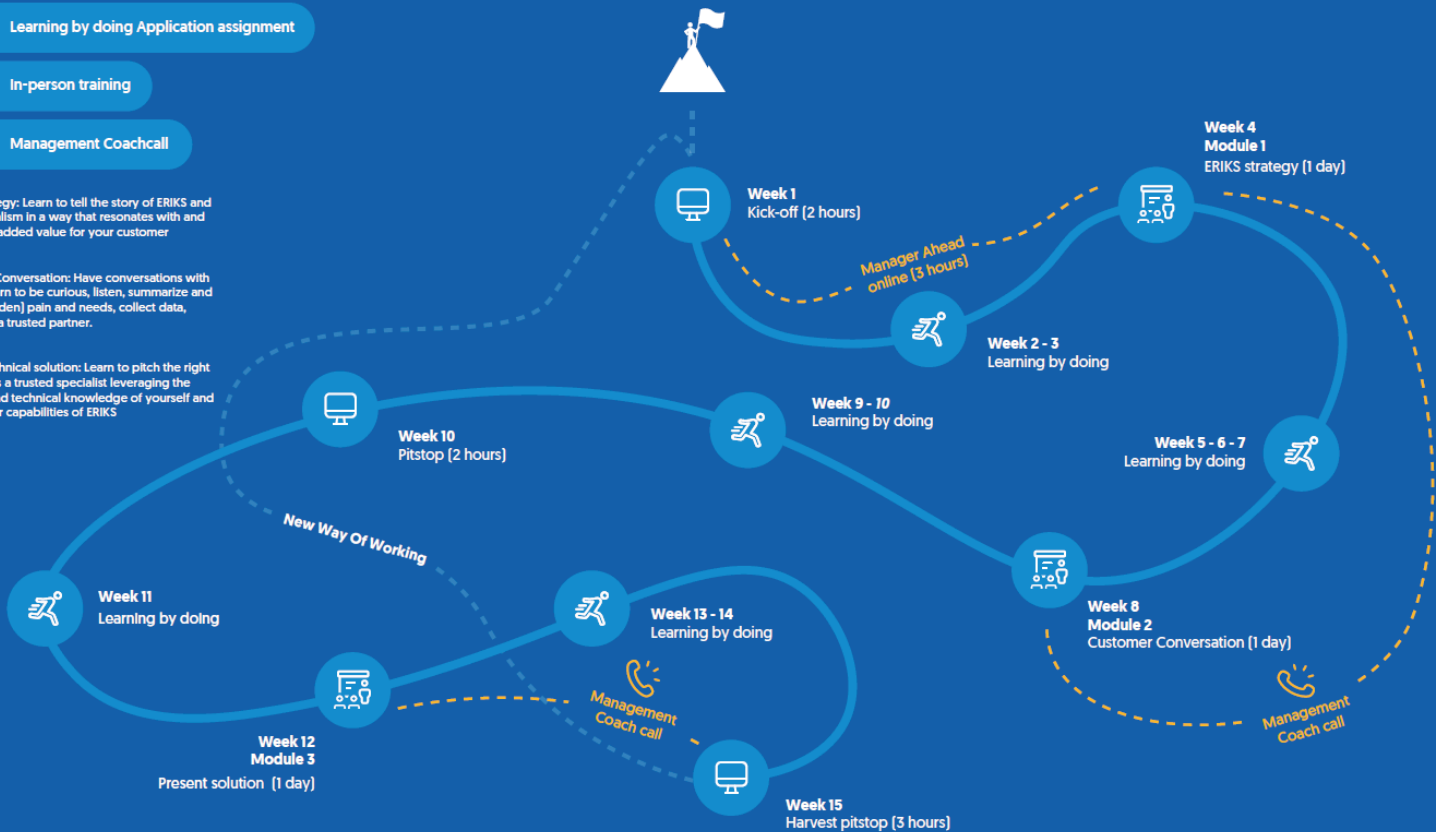
In-person training

Management Coachcall

Module 1
ERIKS Strategy: Learn to tell the story of ERIKS and your specialism in a way that resonates with and shows the added value for your customer

Module 2
Customer Conversation: Have conversations with impact. Learn to be curious, listen, summarize and unlock [hidden] pain and needs, collect data, analyze as a trusted partner.

Module 3
Present technical solution: Learn to pitch the right solutions as a trusted specialist leveraging the analyses and technical knowledge of yourself and the broader capabilities of ERIKS



Leerreis

Het succes van de opbouw zat in de volgorde en samenhang. Het traject startte bewust bij de ERIKS strategie voordat er op commerciële vaardigheden werd getraind. Het succes zat in de verbinding tussen de modules. Het was geen "dagje consumeren", maar een traject met huiswerk, pitstops en coachcalls.

Voorbeeld: Voor de Application Engineers omvatte het programma 15 weken, met:

- 31 uur klassikale training, zowel virtueel and fysiek bij elkaar
- On-the-job opdrachten en begeleiding
- Verdieping op de ERIKS Strategie met klant voorbeelden
- Praktijksimulaties gebaseerd op je eigen klantsituaties
- Managers betrokkenheid, door de manager op voorsprong en coaching

Module 1 (ERIKS strategie), verzorgd door interne ERIKS-trainers, zorgde voor een sterke basis en gaf medewerkers een helder, concreet verhaal over wie ERIKS is en waar de organisatie voor staat. Een start om echt aan te raden bij een inhoudelijk en technisch gedreven organisatie. Dit legde een noodzakelijk inhoudelijk fundament voor medewerkers die sterk technisch gedreven zijn. Zij kregen eerst inhoud en richting, voordat er werd gewerkt aan vaardigheden en gedrag.

In Module 2 (Klantgesprek met Impact) leerden medewerkers hun natuurlijke neiging tot direct 'zenden' over producten los te laten en zich te richten op luisteren en het achterhalen van de werkelijke klantpijn en de 'vraag achter de vraag'.

In Module 3 (Presenteer Technische Oplossing) leerden zij om, op basis van die eerdere grondige analyse, hun technische oplossing te presenteren als een 'trusted advisor' die de klant echt ontzorgt en toegevoegde waarde biedt.



"De kracht van het programma zat daarin dat het geen losse modules waren, maar dat er continu verbinding tussen de modules zat en er veel regie was op het daadwerkelijk toepassen van het geleerde."

Borging

Het succes van de aanpak zat hem voor een groot deel aan de voorkant. Hoe zorgen we vooraf, tijdens en vooral achteraf dat de ingetrainde vaardigheden en het bijbehorende gedrag beklijft? Samen met het projectteam bestaande uit ERIKS en Intenza teamleden is voor de volgende opzet gekozen:

- De **direct leidinggevende als regisseur** van het nieuwe gedrag. Leidinggevend en kregen vooraf inzicht in hoe gedrag werkt en hoe zij met gerichte sturing het rendement van het programma konden vergroten. Tijdens het traject werden zij bovendien actief ondersteund om het maximale uit het programma en hun mensen te halen.
- **Harvest session** na afloop van het programma om de best practices te delen en nieuwe afspraken te maken voor de toekomst.
- Compleet uitgewerkte **doe-opdrachten** inclusief videos van de behandelde theorie voor in het LMS van ERIKS.
- Het traject voor de accountmanagers in Nederland en België werd enkele maanden na de laatste sessie afgesloten met de **Live Sales Game**, waarin alle rollen samenkwamen. In deze simulatie werd voor iedereen zichtbaar hoe strategie, techniek en commercie elkaar versterken en hoe samenwerking leidt tot de beste klantresultaten.

Wat heb je als onderscheidend ervaren aan de Intenza-aanpak?

- **Voortdurende toepassing in de praktijk.** De kracht van het programma zat in het feit dat het geen verzameling losse trainingen was. Er zat een voortdurende verbinding tussen de modules door middel van acties, huiswerk en 'pitstops' (tussentijdse incheckmomenten) om de voortgang te bewaken.
- **Geen ontsnappen aan de dagelijkse praktijk.** Intenza wist de training zeer dicht bij het dagelijkse werk en de eigen casuïstiek van de medewerkers te houden. Hierdoor was het geen eenmalige interventie maar werd bewust de toepassing in het dagelijkse werk bewaakt.
- Een belangrijk onderscheidend element was dat we na de training direct naar de werkvloer gingen. Tijdens het Golden Hour werd het geleerde, onder begeleiding van een Intenza-coach en de leidinggevenden, meteen toegepast op echte klanten. Daardoor werden mogelijke belemmerende overtuigingen doorbroken en kreeg het geleerde direct betekenis in de praktijk.
- **Focus op de rol van de manager.** Een kenmerkend en essentieel onderdeel was het concept 'Manager op Voorsprong'. Hierbij werden managers getraind om hun medewerkers actief te begeleiden en te borgen bij het realiseren van de gewenste gedragsverandering in de praktijk. Essentieel omdat gedrag tijd nodig heeft om te internaliseren.
- **Kwaliteit en schakelvermogen van de trainers.** We hebben de trainers als kwalitatief hoogwaardig ervaren. De trainers schakelden effectief tussen verschillende ervaringsniveaus en wisten zowel junioren als zeer ervaren medewerkers blijvend uit te dagen.
- **Begrip van de onderlinge dynamiek.** Doordat Intenza de hele keten heeft getraind, begrijpen zij niet alleen de individuele rollen, maar ook hoe deze rollen op elkaar inwerken. Ze snappen bijvoorbeeld de uitdagingen van een Account Manager, wat hen helpt om de dynamiek voor de Application Engineer en de Inside Sales medewerker beter te doorgronden.



Daarnaast is Intenza een partner die zaken echt uit handen neemt, proactief meedenkt en waarbij 'afpraak ook echt afspraak is'. Bovendien zijn onderdelen van het programma geborgd in het eigen LMS-systeem van ERIKS, zodat de route ook na het traject beschikbaar blijft. Intenza heeft hiervoor instructie-video's opgenomen die de ERIKS-leiders kunnen benutten om met hun teams blijvend aandacht te besteden aan de inzichten uit het programma.

"De kracht van Intenza zit voor mij in de openheid en professionaliteit. Dagelijkse voortgangsverslagen, regelmatige afstemming en altijd ruimte voor eerlijke, ook kritische feedback. Geen mooie praatjes, maar serieus begeleiden en bijsturen waar nodig. Dat gaf mij vertrouwen én ultieme ontzorging."

Wat heeft het jullie opgeleverd?

De samenwerking met Intenza heeft ERIKS een aanzienlijke professionalisering van de commerciële organisatie opgeleverd. De impact op gedrag en kwaliteit is duidelijk zichtbaar. De belangrijkste resultaten:

Van 'zenden' naar 'luisteren'

Een van de grootste winstpunten is dat accountmanagers hebben geleerd om minder te zenden over wat ERIKS allemaal kan en meer te luisteren naar de werkelijke pijn en behoeften van de klant. In plaats van productoffertes bouwen maken ze nu businesscases en Total Cost of Ownership-analyses, wat leidt tot gesprekken op businessniveau en een sterkere positie als strategisch partner voor de klant. Ook Application Engineers en Inside Sales medewerkers ervoeren dat het stellen van verdiepende vragen leidde tot betere adviezen, meer vertrouwen bij de klant en het aanbieden van aanvullende producten en diensten.

Betere voorbereiding en structuur

Er is een duidelijke verbetering zichtbaar in de kwaliteit van de klantgesprekken. Medewerkers bereiden gesprekken nu gestructureerder voor, sturen vooraf agenda's naar de klant en bewaken de structuur tijdens het gesprek. Met als resultaat dat gesprekken doelgerichter verlopen en sneller leiden tot duidelijke vervolgstappen.

Breed draagvlak en aantoonbare businessimpact

Tijdens de binnendiensttraining in 2025 namen ruim 200 medewerkers deel, begeleid door meerdere trainers. In de harvestsessies werd duidelijk dat de aanpak – ook bij sceptische medewerkers – werd omarmd en direct resultaat opleverde in de praktijk.

Deelnemers konden concrete klantcases noemen waarbij zij met de nieuwgeleerde technieken:

- een order binnenhaalden die anders waarschijnlijk was blijven liggen,
- bredere of aanvullende orders creëerden,
- of het contact met hun klant aantoonbaar versterkten.

Ook openstaande offertes werden actiever opgevolgd en sneller besloten. Offertes die voorheen lang in het systeem bleven staan, werden vaker omgezet in een opdracht of bewust afgesloten. Dit zorgde niet alleen voor extra omzet, maar ook voor minder ervaren werkdruk bij medewerkers.

Deze resultaten bevestigen dat het programma niet alleen inspireerde, maar ook direct bijdroeg aan commercieel resultaat.

Technici als vertrouwde adviseurs

De Application Engineers zijn zich veel bewuster geworden van hun commerciële rol. Waar verkopen eerder niet werd gezien als onderdeel van het vak, treden zij nu op als trusted advisors die vanuit hun technische expertise proactief meedenken over bredere klantoplossingen. Dit leidt tot beter onderbouwde adviezen, meer vertrouwen bij de klant en het eerder signaleren van commerciële kansen.

Eén gezamenlijke taal en strategie

Het programma heeft gezorgd voor een helder, gedeeld overzicht van de ERIKS-strategie. Zelfs medewerkers die al 20 of 30 jaar bij het bedrijf werken, vonden het verfrissend om het verhaal weer eens scherp en eenduidig te horen en dit te vertalen naar een eigen pitch.

Einde aan vrijblijvendheid

Door pitstops en management op voorsprong is het toepassen van het geleerde een vast onderdeel van het werk geworden. De praktijk nodigt uit tot doen, waardoor verandering zichtbaar én blijvend wordt. In de meeste gevallen merkten deelnemers dat toepassen minder spannend was dan vooraf gedacht, waardoor zij het nieuwe gedrag vaker gingen inzetten.

Kortom, de samenwerking heeft geleid tot een organisatie die niet langer alleen producten levert op aanvraag, maar die in staat is om de klant echt te ontzorgen door middel van 'Solution Selling'.

"Het feit dat het programma unaniem als waardevol is ervaren, zegt eigenlijk alles."