

CASO ESTUDIO GRUPO MOTTA



RESUMEN EJECUTIVO

Grupo Motta posee y opera tiendas minoristas en más de 15 países de América Latina, cuenta con una plantilla de más de 3,000 colaboradores. Se expandieron rápidamente más allá de las capacidades de la capacitación "cara a cara" fuera de su sede y se dieron cuenta de la importancia de una plataforma digital única. Dicha plataforma digital les permitiría estandarizar sus herramientas de capacitación y comunicarse de manera efectiva con todos los miembros del equipo.

La implementación de su sistema de gestión de aprendizaje a través de FriedmanU creó un impacto sustancial en toda la empresa, lo que llevó a:

Ahorro del **60%**

en comparación con sus métodos de formación tradicionales.

Reducción del **50%**

del total de horas necesarias para la formación, aumentando la cantidad de contenido que un colaborador debía aprender, lo que generó eficiencias en su formación.

Aumento positivo del **17%**

en la experiencia del cliente en sus tiendas minoristas y un aumento del 18% en las ventas de complementos debido al contenido de capacitación de ventas de FriedmanU.

RETOS

Grupo Motta crecía rápidamente, pero sus métodos de capacitación tradicionales les impedían escalar sus operaciones a medida que se expandían a nuevos mercados. Sus desafíos incluyeron:

| COSTOS

Los costos de viaje eran extremadamente altos, teniendo que enviar capacitadores desde la sede a cada sucursal.

| HORAS DE CAPACITACIÓN

Cada colaborador debía tener al menos 15 horas de capacitación anual, divididas en dos sesiones de 7 a 8 horas, lo que dificultaba agendarlos para que asistieran a la capacitación cuando debían estar en el piso de ventas.

| COHERENCIA

Hubo una falta general de coherencia en la forma en que cada consultor daba la capacitación. Que cada uno añadiera su propio estilo provocaba una discrepancia en lo que cada sucursal aprendía.

| INFORMES

No había una manera fácil de producir informes a tiempo. Cada sesión de capacitación dependía de que el consultor presentara sus informes de cada una de las visitas, el retraso no permitió ajustes en tiempo real para los colaboradores que recibían capacitación.

CÓMO AYUDÓ FRIEDMANU

La implementación de la plataforma de capacitación en línea de FriedmanU y el contenido de capacitación en ventas tuvo una serie de beneficios previstos y sorprendidos. Uno de los mayores beneficios fue poder ver el desempeño individual en tiempo real, lo que permitió ajustes en la formación y, en la mayoría de los casos, permitió que Grupo Motta otorgara un reconocimiento positivo a aquellos colaboradores que destacaron en sus cursos.

Asimismo, ajustar los materiales de capacitación en formatos cortos de microaprendizaje, tal como se desarrollan los cursos de FriedmanU, les permitió lograr una tasa de finalización del 95% de los cursos. Antes de crear estos cursos cortos de aprendizaje, la tasa de finalización de su formación era inferior al 50%. El resultado fue más contenido (cursos) entregado en menos tiempo.

Friedman·U

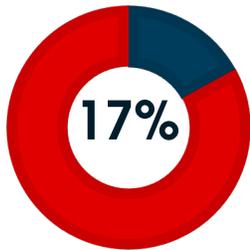
FriedmanU implementó un programa de capacitación que redujo el tiempo total dedicado a la capacitación en más del 50% a la par que aumentaba la cantidad de contenido consumido con una entrega más eficiente.

Grupo Motta experimentó beneficios tanto directos como indirectos durante esta transición. Para comenzar, ahorraron más del 50% en costos asociados a la capacitación al pasar a un formato de aprendizaje en línea. En segundo lugar, se dieron cuenta de algunos beneficios no previstos, como la construcción de una mejor reputación dentro de sus mercados como una empresa que se preocupa por sus empleados y los capacita para tener éxito.

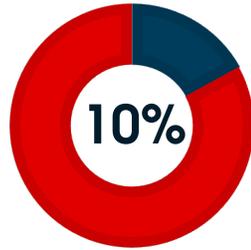
“**Estamos obteniendo contrataciones de mayor calidad porque SABEN que los preparamos para el éxito desde el primer día y tenemos los recursos disponibles para desarrollarlos profesionalmente.**”

RESULTADOS Y ROI

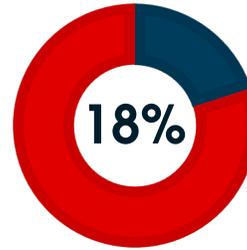
Hay una serie de indicadores clave de rendimiento (KPIs) que Grupo Motta utilizó para determinar el éxito de su formación dentro de la estructura vertical de la organización. En sus tiendas minoristas de primera línea, lograron:



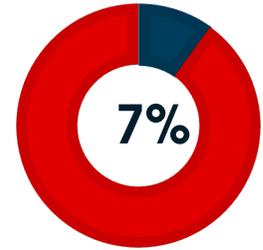
Aumento del 17% en la evaluación de la experiencia del cliente de Mystery Shoppers.



Aumento del 10% en las ventas en las sucursales y en el desempeño de los vendedores.



Aumento del 18% en las ventas totales adicionales.



Disminución del 7% de errores en el Punto de Venta.

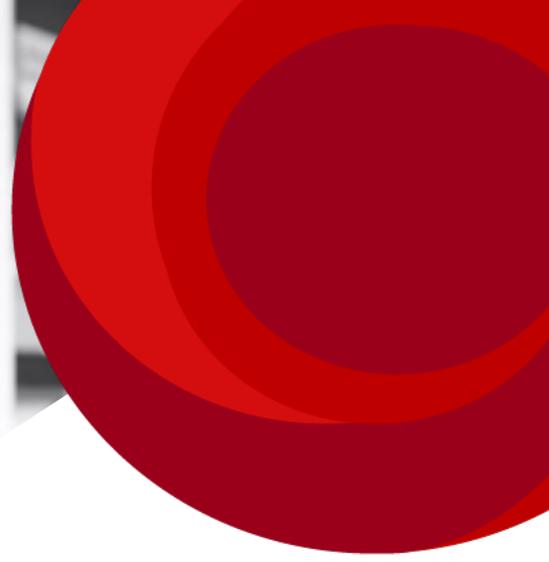
3 Factores principales que les encantaron:

- La capacidad de rastrear el desempeño individual de cada vendedor de primera línea.
- Friedman Content es de clase mundial, el mejor para cualquier organización minorista.
- La flexibilidad del LMS para construir nuestro propio contenido personalizado y gestionarlo a través de la plataforma.

CONCLUSIÓN

Friedman·U es una plataforma de capacitación en administración y ventas en línea que se especializa en los vendedores de primera línea en la industria minorista. Su contenido de capacitación comprobado ha ayudado a empresas como Grupo Motta a escalar sus operaciones de capacitación, aumentar el rendimiento de ventas de sus tiendas y disminuir la rotación de empleados. Si estás interesado en obtener más información sobre nuestros métodos de capacitación, programa una demostración con uno de los miembros de nuestro equipo [AQUÍ](#).





Friedman·U



55.7609.0563



The Friedman Group



The Friedman Group



The Friedman Group

