

CASO ÉXITO

PRADA



En el presente caso de éxito hablaremos de Prada, su crecimiento en los últimos años, los retos que ha enfrentado y las soluciones que actualmente están experimentando de la mano con nuestro equipo de expertos. Shelby Luna, Gerente de Recursos Humanos de Prada nos comparte su experiencia de primera mano con el equipo Friedman.

En 1997 hace 23 años Nuestro fundador el Sr. Francisco Prada Machín a sus 75 años logra cumplir otro sueño, la primer boutique Prada abre sus puertas en Plaza Cuicuilco CD de México respaldado por un grupo de diseñadores y fabricantes españoles.

Hoy **Prada** con mas de **60 años** de experiencia es reconocida por su trayectoria, como una marca orgullosamente mexicana Con más de 30 boutiques alrededor del país, continúa cumpliendo su compromiso con el mercado mexicano.

Más de **200**
Colaboradores.

Nuestro enfoque principal en 2020

fue continuar “Empoderando la Experiencia” de todos nuestros colaboradores, y lograr como un Gran reto que la Comunidad Prada se convirtiera en una

Para: **2021**
nuestros objetivos más importantes son:

- ✓ La Fidelización de la Comunidad Prada.
- ✓ Engagement (compromiso) Prada.
- ✓ Y consolidar Nuestra cultura con un gran Proyecto “Identidad Prada” (proyecto de área 2021).

“COMUNIDAD DIGITAL”

UNO DE LOS RETOS

Con el paso del tiempo el éxito de Prada se hacia evidente y con ello el numero de colaboradores continuaba creciendo y extendiéndose a través de todo el país, uno de los retos fundamentales de la organización fue **mantener un contacto constante con cada uno de ellos sin importar su ubicación geográfica.**

¡ EN BUSCA DE LA SOLUCIÓN

La compañía tenía muy claro los objetivos con su equipo de trabajo y estaban conscientes del tipo de solución y los requisitos que un proyecto de esta naturaleza necesitaba cumplir para llevarse a cabo.

“En Prada requeríamos de un proveedor que contara con amplia experiencia en el sector retail, y que tuviera la tecnología acorde a los cambios que se dan a nivel global, ya que en Prada estamos en constante cambio, requeríamos adaptarnos de manera sencilla”

Comentó **Shelby Luna.**

PERO..

¿ Qué opciones existentes en el mercado podían ayudar a solucionar este problema ?

¿ Jornadas de capacitación que comprometieran la operación ?

¿ Reuniones continuas con los líderes y evaluaciones extenuantes ?

¿ **Una plataforma con avances y modelos de medición automáticos** ?

Sin duda, no se trataba de una tarea sencilla alcanzar los objetivos planteados, el equipo de Recursos Humanos liderado por Shelby realizó un proceso de selección de las posibles soluciones, donde de acuerdo a sus propias palabras: “La plataforma Friedman pareció por mucho la mejor opción, nuestra filosofía y formación en boutiques había estado sustentada en la metodología de Friedman, claro con un enfoque específico de nuestro propio negocio, la estructura y contenidos de este también fueron considerados al tomar la decisión.

Dirección General, Subdirección General y Recursos Humanos se han sumado y creído totalmente en este proyecto y de ahí también el éxito del mismo.”

IMPLEMENTACIÓN

La última actualización llamada **SOMOS Prada 2.0** se trata de un proyecto llevado a cabo en la reciente etapa de confinamiento, con el que se consiguieron todas las mejoras establecidas por Prada. Fueron necesarios 6 meses y 3 miembros del equipo Prada para su implementación, aún con otros proyectos alternos propios de la compañía.

Todos estos esfuerzos dieron como resultado una plataforma institucional que se adapta a las necesidades de la compañía, con la facilidad de administración y la infinita posibilidad de ofrecer a los colaboradores: **contenidos, módulos y cursos en retail** que están a la **vanguardia y en tendencias tecnológicas** para obtener los mejores resultados en pocos pasos.

¿Cómo es actualmente la funcionalidad de SOMOS Prada 2.0?

Hoy por hoy, la plataforma es utilizada por todos los colaboradores Prada, esto ha propiciado que se vuelva parte medular para el seguimiento de su capacitación, permitiendo a la compañía certificarlos en sus diferentes puestos. Las evaluaciones y la reportería son dos de los aspectos de la plataforma consultados constantemente. Para el contacto a distancia, existe una comunicación presencial “online” por lo que el aula virtual también se ha convertido en un gran aliado para Prada. SOMOS Prada 2.0 es administrada internamente por el área de capacitación y comunicación quienes están pendientes de los nuevos desarrollos para contar con usuarios de seguimiento para supervisores y gerentes regionales, de modo que la consulta de reportes pueda ser aún más personalizada y realizada por los jefes directos de cada equipo.



Un punto a considerar es que Prada busca candidatos que ya cuenten con experiencia previa en Friedman, muchos de los colaboradores mencionan que contar con una plataforma de capacitación les resulta muy motivante, por lo que de una u otra forma contribuye a impulsar el interés de laborar en Prada, así como con la permanencia después de ser contratados.

LOS INDICADORES

A través de la plataforma SOMOS Prada 2.0 se ha logrado conocer las tendencias que sirven para identificar que los contenidos generados de manera interna sean efectivos y enfocados a:

- Generación de reportes en participación
- Asistencia
- Certificaciones
- Etc.



¿Qué viene para SOMOS Prada 2.0?

Como parte de los planes, Shelby y su equipo plantean 3 ejes:

Contenido: Incrementar el contenido de cursos propios para fortalecer a los colaboradores en temas de operación específica de Prada

Comunicación “Comunidad Virtual”: Seguir fortaleciendo a SOMOS Prada 2.0 como el principal canal de comunicación institucional e incrementando a través de dinámicas el flujo y constancia de visitas al sitio.

Interactividad: Utilizar las nuevas herramientas como Proyectos y Reconocimientos para fomentar la interacción de los usuarios con la plataforma y crear una fidelización con ella y con Prada.

“Friedman ofrece una solución integral a las necesidades de cualquier organización además de estar disponibles para cualquier asesoría y ofrecer siempre nuevos desarrollos para llevar la capacitación y la comunicación siempre un paso adelante. Friedman es la mejor solución en cuanto a la calidad en su servicio, destaco mucho esto.”

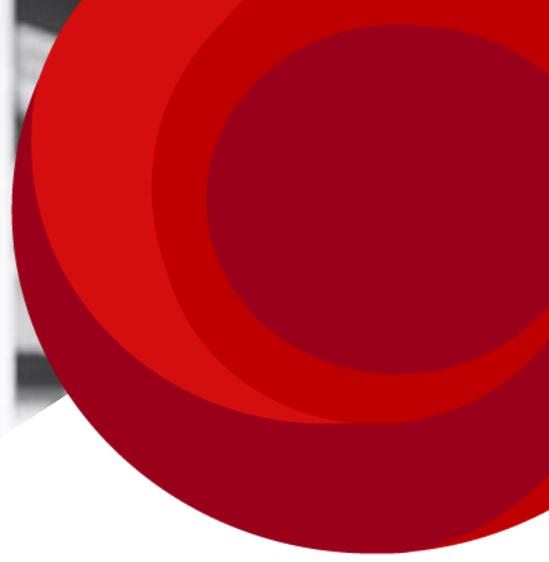
Shelby Luna

Cerrando la conversación, Shelby agrega “Sin duda, las necesidades referentes a la gestión y desarrollo de Recursos Humanos en Prada evolucionan día con día y gracias a los desarrollos de nuestra plataforma 2.0 hemos logrado dar una respuesta rápida y efectiva logrando unir en una comunidad digital a todos los colaboradores incluso en un momento tan difícil como la actual pandemia, manteniéndolos informados respecto a temas de salud, desarrollo personal, profesional y dándoles un ambiente de aprendizaje motivante y retador donde la calidad de su experiencia como usuarios siempre es lo más importante.”

Friedman·U

Es nuestra plataforma de capacitación en administración y ventas on-line que se especializa en los vendedores de primera línea en la industria minorista. Su contenido de capacitación comprobado ha ayudado a empresas como Prada 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 o envíanos un correo a info@friedman.com.mx estaremos ansiosos por ayudarte.



Friedman·U



55.7609.0563



The Friedman Group



The Friedman Group



The Friedman Group

