

Caso de Éxito



elektra

Empresa



elektra

País



Sector

Departamental

PROGRAMAS

- Gerenciamiento
- Técnica de Ventas
- Train the Trainers



En este caso se documenta la implementación de un programa de gestión Gerencial de colaboradores que brindan servicios en las tiendas Elektra, estas se ubican en la ciudad de México y centro américa y continúa su expansión en gran parte del territorio latinoamericano.

OBJETIVO:

Implementar herramientas que estandaricen la operación y procesos de entrenamiento dentro de las tiendas, buscando que se utilicen los mismos formatos y metodología.

Que los líderes en las tiendas (**Gerentes**) tengan forma de analizar y comprender los indicadores que miden el desempeño individual, para desarrollar estrategias que permitan entrenar a los Líderes y Colaboradores buscando mejorarlos.

PROBLEMÁTICA ENCONTRADA:

No se contaba con un modelo comercial que ayudará a los Líderes de tienda a gestionar los resultados y sobre todo entrenar a sus colaboradores.

El líder de tienda carecía de las habilidades para interpretar los resultados y generar acciones que le ayudarán a mejorarlos.

No se contaba con las herramientas para darle el seguimiento a las acciones o compromisos generados.



EXPECTATIVAS Y TEMORES

Audiencias:

El patrocinador. El área de capacitación y desarrollo humano impulsó la implementación del programa con el objetivo de profesionalizar y entrenar a sus Líderes de tienda en la gestión de resultados en combinación con los colaboradores. Sus integrantes del área de capacitación participaron en la organización, seguimiento y sobre todo en contribuir con elementos que dieron al programa mucho valor, así mismo, contribuyeron a la organización de los grupos y a la certificación de los participantes la cual se llevó a cabo en las salas de capacitación y conferencia de un hotel.

Sus expectativas se centraban en la promoción de una metodología estándar que facilitara la operación del negocio, con un sustento en el desarrollo de los colaboradores.

Algunos de sus temores eran el poder implementar la metodología de toda la geografía, esto implicaba generar una logística muy robusta, misma que generaría costos de operación.

Los interesados, para la elaboración y construcción del programa se tocaron todas las áreas de la empresa que tienen contacto con las tiendas, cada una de ellas sumo materiales y contenido a la metodología la cual se hizo más robusta, la idea era dejar en un solo programa la mayor parte de la información, así como preparar a los líderes de tienda a gestionar mejor el negocio, derivado de tanto información se tenía el temor que los líderes no alcanzaran a comprender todo el contenido y esto afectara los resultados esperados.

OBSTÁCULOS

Entre los obstáculos más importantes estaba el ponerse de acuerdo, ya que como se mencionó, para el desarrollo del programa intervinieron básicamente todas las áreas operativas, esto provocó que la comunicación cada vez se volviera más compleja, adicional a que es una empresa que está en constante cambio, lo que repercutía en que los materiales sufrieran muchas modificaciones y se generarán varias versiones.

BUENAS PRÁCTICAS IMPLEMENTADAS

El levantamiento fue clave en el éxito del programa.

Se implementaron visitas guiadas, Mystery Shoppers y entrevistas con personal clave de la organización, líderes de tienda, gerentes de área, gerentes de zona y gerentes regionales, esto permitió un entendimiento profundo del negocio.



Dentro del programa se desarrollaron varias herramientas que complementaron la metodología, algunas de ellas; Rutina operativa del Líder de tienda, rutina de imagen de tienda interior y rutina de imagen exterior de tienda, esto derivado de la falta de estándar operativo del negocio, este desarrollo y adaptación fue muy valorado por el cliente, ya que se le dio una estructura a la forma de operar y de supervisar hasta al propio gerente regional, es decir el valor de las herramientas impacto en varios puestos de la empresa.



Los manuales fueron complementados con infografías que representan una guía rápida de consulta para el participante.

Como último punto de este apartado, los manuales de los trainers van acompañados de una carta descriptiva misma que detalla los tiempos para implementar a un instructor. El manual además trae en la parte superior cada diapositiva del programa y una explicación detallada de lo que debe hacer el instructor, de lo que debe explicar.



Algo que el cliente reconoce a partir de lo anterior es que el consultor al haber tenido un entendimiento profundo de la operación y del negocio, al presentarse frente al participante se hablaba en los mismos términos que ellos usaban cotidianamente.



Todo el programa se ancló a sus diez principios y sus ejes rectores.

En el capítulo de mediciones, se complementó con la metodología de Balanced Scorecard, haciendo un cambio en la nomenclatura de lo que originalmente el modelo establece. Se organizaron las planillas de acuerdo al Core del negocio que es el crédito, esto ayudo a que se pudiera medir y entrenar los comportamientos claves para generar el resultado en la originación y en la colocación.



MODALIDAD EN LA QUE SE IMPLEMENTÓ

Se implementó de manera presencial con las siguientes etapas:

REUNIÓN 1 (R1)

Se trabajaron los capítulos 0 al 5 donde se sensibilizó al participante con temas de gestión del cambio y omnicanalidad, así mismo se tocaron y se dejaron claros los aspectos básicos de liderazgo, la importancia del balance entre el cumplimiento de la operación y el seguimiento a la venta, los sombreros que un líder debe dominar, donde se explicó a los participantes el funcionamiento de planillas apoyados con un documento de datos que los participantes fueron tomando para llenar los formatos en sesión junto con el consultor. Finalmente se abordó el tema de la importancia de hacer reuniones de tienda, cómo hacerlas paso a paso. Los participantes se van de la reunión con una agenda de actividades, misma que deben traer en una carpeta de productividad que se revisa en la siguiente sesión de manera individual.

REUNIÓN 2 (R2)

Se abordaron capítulos 6 a 8 donde a partir de las mediciones del capítulo 4 se enseña al líder a analizar información para diseñar un plan de entrenamiento individual. Esta etapa no sólo incluyó la realización del entrenamiento en una planilla, también se abordó la forma en que se retroalimenta y reconoce a los colaboradores por un trabajo bien hecho. En esta etapa se implementó un taller de técnicas de venta en donde se trabajó con role play para ayudar a desarrollar los comportamientos adecuados para incrementar las ventas y mejorar el servicio al cliente, así mismo se implementaron e instalaron las rutinas de imagen exterior e interior, mismas que se dejaron como tareas dentro de la agenda de implementación. De igual forma que en la etapa anterior, se deja un agenda para implementar las herramientas y conocimientos adquiridos, esta se revisa en la reunión final.

REUNIÓN 3 (R3)

Se abordaron los capítulos del 9 al 10 y se revisan las tareas de la reunión anterior para poder certificar a los participantes.

MODALIDAD EN LA QUE SE IMPLEMENTÓ

Se hizo un archivo donde a nivel numérico se estableció una ponderación de actividades y de revisión de asignaciones. El resultado numérico establecía que si un participante tenía un resultado menor a **80 puntos**, se considera **NO CERTIFICADO**, si obtiene de **80 a 95** se considera **CERTIFICADO** y finalmente mayor a **95 CERTIFICADO CON HONORES**. La etapa de certificación concluyó con una última reunión en donde se entregaron los resultados finales, se entregaron reconocimientos a todos los participantes de acuerdo al porcentaje obtenido.

A los no certificados se les entrega constancia de participación, a los certificados y certificados con honores su respectivo documento foliado.

RESULTADOS CONCRETOS

Hoy Elektra cuenta con una metodología que está posicionada en las tiendas no sólo por la practicidad de su uso, sino por la contribución al desarrollo de las habilidades de los Líderes que la ejecutan.

Así mismo la metodología ayudó a que los líderes de tienda tengan claras las actividades y lo que se esperan de ellos en término de manejo de personal. También se cuenta con tiendas más organizadas y sobre todo con un enfoque al cliente.

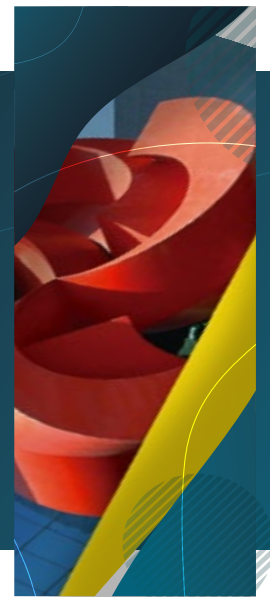
TRAIN THE TRAINERS

Esta etapa permitió dejar la metodología en manos del equipo de capacitación de Grupo Elektra, con la finalidad de replicarlo con siguientes generaciones.



CONCLUSIÓN

La implementación del programa LTO contribuyó al desarrollo de un estándar operativo, mejor organización en la administración de las tiendas por parte de los Líderes y sobre todo, que los resultados mejoraran consistentemente.





Friedman⁺

Mejoramos **experiencias**
de compra y **brindamos**
resultados de venta.

CONTACTO

Para recibir información actualizada de precios individuales, precios especiales a grupos y próximos inicios de seminarios.

 www.friedmanu.lat

 info@friedman.com.mx

 Friedman LATAM

 The Friedman Group

 Friedman LATAM

www.friedmanu.lat

• MÉXICO • COLOMBIA • ARGENTINA • CHILE • PERÚ • PANAMÁ • GUATEMALA • CENTROAMÉRICA • EUA

+