

# Caso Éxito SOHO

SOHO

Hablar de **SOHO** es hablar de una marca mexicana con más de 29 años en el mercado, llena de pasión por la moda y la ropa como una expresión de personalidad, rebeldía y arte. **SOHO** es, sin duda, una marca *comprometida con ayudar a las personas a expresarse para encontrar su moda y recrearla.*

## Sobre SOHO

**SOHO** nace en los años 90 cuando Pepe Soho, fundador, abrió la primera tienda en 1994 en la Colonia Condesa de la Ciudad de México. Inicialmente, vendía discos usados y una pequeña sección de ropa. El año 2014 trajo consigo una revuelta de cambios para **SOHO**, que fue absorbida por Mario Attie, actual CEO de la marca y responsable del crecimiento y consolidación de **SOHO** en el mercado. Actualmente, **SOHO** cuenta con 58 colaboradores en tienda y 20 colaboradores en oficinas y CEDIS.

Lluvia Orozco, Gerente de Operaciones, y Gabriela Avilés, Gerente de Capacitación de **SOHO**, nos contaron todo detrás de la experiencia Friedman, desde el descubrimiento de nuevas áreas de oportunidad hasta el hallazgo de una solución que les trajo increíbles resultados para la organización.

1994

Año de su creación

78

Colaboradores

Desde  
2014

Parte de Mario Attie



## Uno de los retos

**SOHO** presentaba una rotación alta de personal, un reto realmente importante, considerando los altos costos derivados de nuevas y continuas contrataciones. En consecuencia, **SOHO** necesitaba encontrar la manera de contar con líderes seguros de sí mismos que capacitaran adecuadamente a su personal a cargo y que, sobre todo, confiaran en la organización, creyeran en el proyecto y en la gran labor que hacen al orientar a un cliente para comprar la prenda que le acompañará en un evento relevante, una reunión familiar o una tarde de fin de semana con sus amigos.

## En busca de la solución

**SOHO** conocía las soluciones del mundo de Friedman; ya había tomado algunos cursos de capacitación para sus líderes de Operaciones y Capacitación, y sabía de sus herramientas y alcances; sin embargo, también sabía que debía contar con una solución rápida.

### No obstante...



- ¿Qué opciones existentes en el mercado podían ayudar a solucionar el problema de liderazgo?
- ¿Qué "rutina" haría que los vendedores y líderes realmente dieran seguimiento a sus actividades?
- ¿Reuniones continuas evaluaciones extenuantes?

Contar con una solución que se adaptara perfectamente a cada una de las necesidades de **SOHO** no sería una tarea sencilla, Lluvia y Gabriela lo sabían perfectamente:



“Se platicó con Dirección General la necesidad que teníamos para capacitar, nos reunimos con Selene (**consultora Friedman**), quien nos ayudó con el proceso, nos brindó un plan a nuestra medida, con lo que nos **‘dolía’**, justo para atacar esa área de oportunidad.”

Lluvia y Gabriela

Y así la solución llegó, Friedman ofreció un Programa de Gerenciamiento totalmente personalizado, se trataba de una solución que abarcaría todos y cada uno de los puntos críticos de la organización en temas de liderazgo y ventas.

## Implementación

El programa de Gerenciamiento consideró diversos temas; sin embargo, **analizando estadísticas** y **ciclo de entrenamiento** fueron de los que más causaron impacto en los colaboradores. Los gerentes se comenzaron a sentir más seguros de sí mismos, de sus tácticas de venta y del liderazgo con sus equipos, iniciaron grupos de WhatsApp para unirse aún más y congeniar en cada táctica utilizada, como un verdadero equipo.



¿Qué cambios viste cuando tus líderes de proyecto dominaron la metodología de Gerenciamiento?

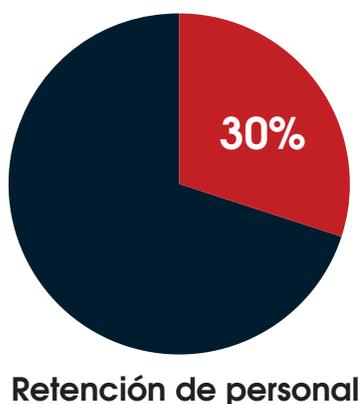
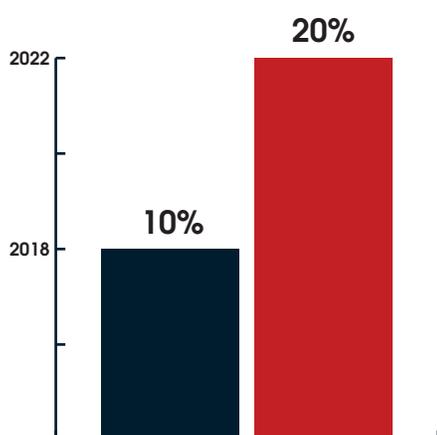
La interacción de los colaboradores en piso de venta con el cliente comenzó a ser cada vez más fluida, pues existieron retroalimentaciones formales de manera recurrente. La manera en que comenzaron a organizarse también cambió, son más objetivos en las metas y más sensibles a las actividades en puntos de venta.

## Los indicadores

Por medio del Programa de Gerenciamiento impulsado por Friedman, se han obtenido los siguientes resultados sobresalientes:

- **Tasa de conversión: del 10% en el 2018 al 20% en el 2022**
- **30% más retención de personal.**

Además, se estandarizaron políticas y procesos y se consolidó un solo canal de comunicación tiendas- oficinas, por lo que ahora se agiliza el tiempo de respuesta de las solicitudes de tiendas.



## ¿Qué le espera a SOHO en 2023 y 2024?

**SOHO** tiene el objetivo muy claro: Continuar capacitando a su Equipo de Ventas y Gerencial para seguir brindando una experiencia de venta diferenciada a sus clientes, lograr que se sientan como en casa al probarse una prenda, en total comodidad para elegir prendas y accesorios.

Para los meses siguientes, el objetivo es claro, **SOHO** quiere lograr que el Equipo de Ventas y Gerencial se sienta realmente seguro de poder ayudar, asesorar y recomendar a un posible cliente. Se busca, además, la expansión a más lugares del interior de la república y ser una compañía formadora para futuros líderes de tienda.

En Friedman, tomamos muy en serio nuestra responsabilidad de ayudarte a contribuir con tus objetivos. Nos enfocamos en ofrecerte innovación en todo lo que hacemos para asegurarnos de que tengas la mejor experiencia posible con los resultados que tu organización necesita.

Nuestra metodología de Customer Experience comprobada ha ayudado a empresas como **SOHO** 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 nuestra metodología, programa una demostración con uno de los miembros de nuestro equipo **AQUÍ** o envíanos un correo a [info@friedman.com.mx](mailto:info@friedman.com.mx), estaremos ansiosos por ayudarte.