

Timberland

Caso práctico

Volver mejores tras la
pandemia de la COVID-19

Antecedentes

La misión de Timberland consiste en equipar a las personas para marcar la diferencia en el mundo. Para ello, elaboran productos excepcionales e intentan marcar la diferencia en las comunidades en las que vivimos y trabajamos. También se enorgullecen de marcar la diferencia para sus más de 5500 empleados/as en todo el mundo, permitiéndoles aprender y comprometerse en un entorno de trabajo que respeta los valores corporativos: humanidad, integridad y superación.

93

tiendas utilizan
Mobietrain



volver mejores tras
la pandemia de la
COVID-19

>800

empleados utilizan
Mobietrain

Reto



Las tiendas de Timberland, al igual que muchos minoristas en todo el mundo, cerraron por completo debido a la pandemia de la COVID-19. El equipo se enfrentó a un gran reto al pensar cómo iba a ser la reapertura de las tiendas. Surgieron preguntas como «¿Cómo volvemos al negocio?», «¿Qué hacemos con nuestro personal» y «¿Cómo atendemos a nuestros clientes adecuadamente?». «Volver mejores» se convirtió en la filosofía de Timberland y en el marco para abordar dicho reto.

«Rápidamente quedó claro que la normalidad era cosa del pasado. Mucha gente lo ha dicho, se oye en todo el sector y, en Timberland, tratamos de pensar en no volver a la normalidad, queremos volver mejores. Ese fue nuestro lema y el marco con el que abordamos la reapertura de nuestras tiendas y la reincorporación de nuestro personal»

Brian Bodnar, director de operaciones minoristas y experiencia del cliente, Timberland EMEA



Qué hicimos juntos



Timberland se puso en contacto con nosotros para buscar una forma virtual de motivar, reenergizar y volver a comprometer a su personal, especialmente durante los meses posteriores a la pandemia por COVID-19. Colaboramos para resolver sus problemas de formación y desarrollo, así como para rediseñar su proceso de comunicación:

Creación de rutas de aprendizaje

Juntos, lanzamos 4 rutas de aprendizaje entre junio y septiembre de 2020 para abordar temas centrados en volver a motivar al equipo, mantenerlo seguro y crear un enfoque común.

- **Primera ruta de aprendizaje: fin del confinamiento**

En ella se abordaba directamente cómo prestar servicios al terminar el confinamiento: llevar mascarilla, cómo sonreír a un cliente cuando no puede verle, etc. Se abordó la seguridad de personal y clientes. La seguridad es lo primero.



- **Segunda ruta de aprendizaje: indicadores clave de rendimiento**

Cómo conseguir mayores conversiones, cómo impulsar las unidades por transacción. Esta ruta permitió coordinar al personal y enseñarle cómo su trabajo diario influye en los resultados de la empresa.

- **Tercera ruta de aprendizaje: servicio orientado al objetivo**

En Timberland, el objetivo constituye el centro de nuestro servicio a los clientes. Además, nos esforzamos por convertir a los vendedores en embajadores de la marca. Este tema revivió esa sensación de objetivo y nos recordó que debemos comunicar nuestros valores a lo largo de la venta.

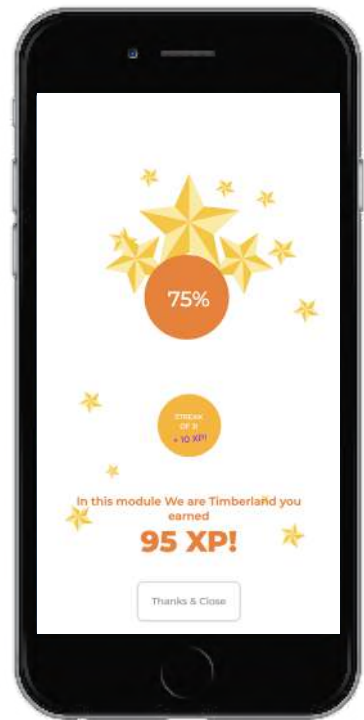
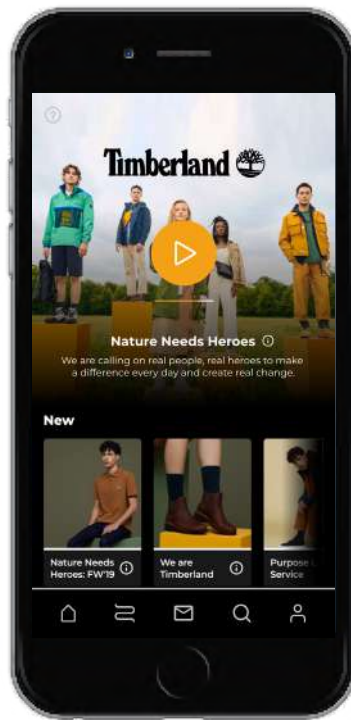
- **Cuarta ruta de aprendizaje: omnicanal**

Este tema fue muy importante, ya que comenzó a introducir los cambios que se estaban llevando a cabo en todas las tiendas. Supuso el primer paso para mostrar al personal que el papel de la tienda iba a cambiar.



«Nuestras tiendas van a pasar de la venta tradicional a convertirse en centros de distribución y recogida de envíos de nuestros clientes de comercio electrónico».

Brian Bodnar, director de operaciones minoristas y experiencia del cliente, Timberland EMEA



«Percibimos que nuestro personal necesita actualizar y mejorar sus conocimientos. Los últimos meses han demostrado cómo podemos ser ágiles, llegar rápidamente a nuestro personal e impulsar sistemáticamente el cambio a través de la plataforma de MobieTrain».

Brian Bodnar, director de operaciones minoristas y experiencia del cliente, Timberland EMEA



Resultados y beneficios



El objetivo principal y el lema de Timberland es: «¿Cómo podemos volver mejores? ¿Qué podemos aprender de una situación de crisis como la pandemia por COVID-19 y cómo podemos aprovechar las numerosas oportunidades que tenemos ante nosotros?». A través de un enfoque de aprendizaje de prioridad móvil con MobieTrain, Timberland logró tres beneficios clave:



Mayores tasas de conversión: aumento del 70 % en conversión y ventas comparables en tienda en la mayoría de países



Enfoque omnicanal: cambio del comercio minorista tradicional a un modelo híbrido (distribución, comercio electrónico, sala de exposición) con microaprendizaje para lograr un mayor compromiso



Personal ágil y comprometido: actualización y mejora: el contenido de formación resulta relevante para cada tienda y los vendedores del mercado se convierten en contadores de historias

WE BELIEVE A
GREENER FUTURE
IS A **BETTER FUTURE**





Acerca de MobieTrain

MobieTrain

C-Mine 12, 3600 Genk (Bélgica)

(+32) 475 79 34 97

hello@mobietrain.com

www.mobietrain.com



MobieTrain

Change Behaviour. Boost Performance.

El conocimiento representa nuestro punto fuerte y nuestra misión consiste en formar a todos los empleados con los conocimientos que necesitan para cosechar grandes éxitos. Con la formación con prioridad móvil, el personal se convertirá en el centro de su propio aprendizaje y desarrollo, lo que provoca una mejor experiencia del cliente, un mayor compromiso y un gran impacto en la empresa.

Nuestra visión consiste en definir el estándar global del aprendizaje móvil para aumentar la productividad y las ventas en el puesto de trabajo, con cada empleado de forma personalizada.