

Timberland Fallstudie

Nach Corona noch besser
werden

Hintergrund



Timberlands Mission ist es, Menschen auszurüsten, um einen Unterschied in der Welt zu machen. Das Unternehmen tut das, indem sie hervorragende Produkte schaffen und versuchen, einen Unterschied in den Gemeinschaften zu machen, in denen wir leben und arbeiten. Das Unternehmen ist auch stolz darauf, für seine über 5.500 Mitarbeitende weltweit etwas zu bewirken, indem sie sie befähigen, zu lernen und sich in einem Arbeitsumfeld zu engagieren, das die Unternehmenswerte darstellt: Menschlichkeit, Integrität und Verbesserung.

93

Filialen nutzen
MobieTrain



um nach Corona noch
besser zu werden

> 800

Mitarbeitende nutzen
MobieTrain,

Die Herausforderung



Timberland-Geschäfte wurden, wie viele Einzelhändler auf der ganzen Welt, wegen Corona komplett geschlossen. Das Team stand vor einer großen Herausforderung, als es darüber nachdachte, wie es bei der Wiedereröffnung der Geschäfte aussehen würde. Fragen wie „Wie kommen wir zurück zum Alltagsgeschäft?“, „Was machen wir mit unseren Mitarbeitenden?“ und „Wie betreuen wir unsere Kunden richtig?“ stellten sich. Noch besser zu werden („Back to better“) wurde Timberlands Mantra und der Rahmen dafür, wie sie diese Herausforderung angegangen sind.

„Es wurde schnell klar, dass die Normalität vorbei war. Viele Leute haben das gesagt, man hört es in der ganzen Branche und bei Timberland haben wir versucht, nicht mehr zur Normalität zurückzukehren, wir wollen zurück zu etwas Besserem. Das wurde unser Mantra und der Rahmen dafür, wie wir uns der Wiedereröffnung unserer Filialen und der Wiedereinbindung unserer Mitarbeitenden näherten.“

Brian Bodnar, Director Retail Operations and Customer Experience, Timberland EMEA



Was wir gemeinsam erreicht haben



Timberland hat sich an uns gewandt, um ihre Mitarbeiter virtuell wieder zu motivieren, Energie zu verleihen und wieder zu aktivieren, insbesondere in den Monaten nach Corona. Wir haben zusammengearbeitet, um ihre L&D-Herausforderungen zu lösen und ihren Kommunikationsprozess neu zu gestalten:

Erstellung von Lernpfaden

Gemeinsam haben wir im Zeitraum von Juni bis September 2020 4 Lernpfade eingeführt, um Themen anzugehen, die sich auf die Wiedereinbindung des Teams, die Aufrechterhaltung der Sicherheit und eine bessere Aufmerksamkeit konzentrieren.

- **Erster Lernpfad: Den Lockdown entsperren**

Hierin ging es direkt darum, wie man Dienstleistungen erbringt, wenn man aus einem Lockdown herauskommt: eine Gesichtsmaske tragen, wie man die Verbraucher*innen anlächelt, wenn sie einen nicht sehen können, usw. Der Lernpfad befasste sich mit der Sicherheit der Mitarbeitenden und der Kund*innen. Sicherheit stand an erster Stelle.



- **Zweiter Lernpfad: KPIs**

Wie man höhere Umsätze macht, wie man Einheiten pro Transaktion erhöht. Dieser Pfad hat die Mitarbeitenden auf eine Linie gebracht und sie darüber aufgeklärt, wie sich ihre tägliche Arbeit auf das Geschäftsergebnis auswirkt.

- **Dritter Lernpfad: zweckgebundener Service**

Bei Timberland ist Zweck das Herzstück unseres Service für die Kund*innen. Darüber hinaus sind wir bestrebt, aus Verkäufer*innen Markenbotschafter*innen zu machen. Dieser Pfad erneuerte das Gefühl eines Zwecks und erinnerte uns daran, unsere Werte während des Verkaufs zu kommunizieren.

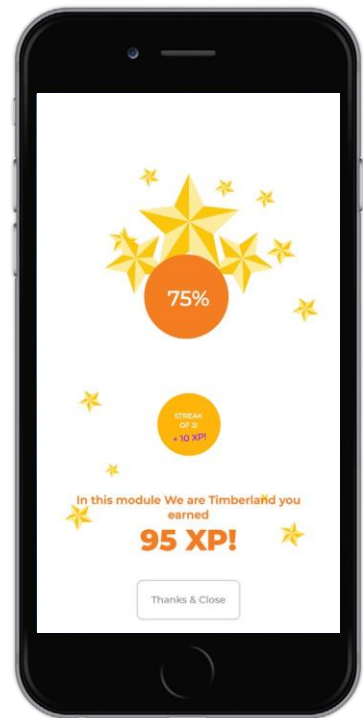
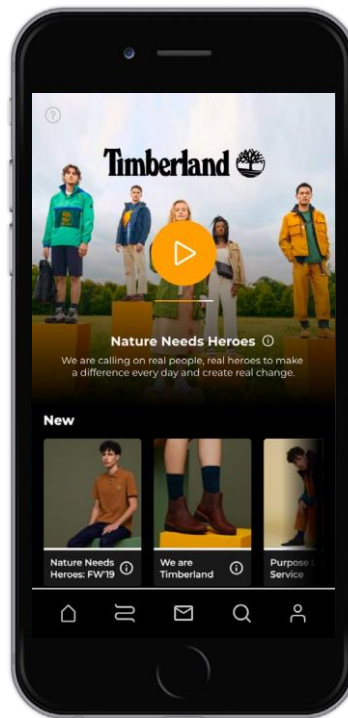
- **Vierter Lernpfad: Omnichannel**

Dies war ein sehr wichtiger Pfad, da er begann, Änderungen einzuführen, die in den Läden umgesetzt wurden. Es war der erste Schritt, den das Unternehmen ging, um seinen Mitarbeitenden zu zeigen, dass sich die Rolle der Stores ändern würde.



„Unsere Läden werden vom traditionellen Einzelhandel zu Vertriebs- und Abholzentren für den Versand an unsere E-Commerce-Kunden werden.“

Brian Bodnar, Director Retail Operations and Customer Experience, Timberland EMEA



„Wir sehen, dass unsere Mitarbeitenden Weiterqualifizierung und Umschulung benötigen. Die letzten Monate haben gezeigt, wie wir agil sein können und unsere Mitarbeitenden schnell erreichen und den Wandel durch die MobieTrains-Plattform konsequent vorantreiben können.“

Brian Bodnar, Director Retail Operations and Customer Experience, Timberland EMEA



Ergebnis & Nutzen



Das Hauptziel und Mantra für Timberland ist: „Wie werden wir nach der Pandemie noch besser? Was können wir aus einer Krisensituation wie Corona lernen und wie können wir die zahlreichen Chancen nutzen, die vor uns liegen?“
Durch den mobilen Erstlernansatz mit MobieTrain erzielte Timberland drei wesentliche Vorteile:



Höhere Konversionsraten: 70 % mehr Conversion und positive vergleichbare Filialumsätze in den meisten Ländern



Omnichannel-Ansatz: Umstellung vom traditionellen Einzelhandel auf ein Hybridmodell (Vertrieb, E-Commerce, Showroom) mit Microlearning für mehr Engagement



Agile und engagierte Belegschaft: Umschulung und Weiterqualifizierung; Lerninhalte sind für jeden Store relevant und Vertriebsmitarbeitende werden zu Storytellern

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





MobieTrain

C-Mine 12, 3600 Genk, Belgien

(+32) 475 79 34 97

hello@mobietrain.com

www.mobietrain.com



MobieTrain

Change Behaviour. Boost Performance.

Über MobieTrain

Wissen ist unsere Stärke, und es ist unsere Mission, Mitarbeitende mit dem Wissen zu befähigen, dass sie brauchen, um erfolgreich zu sein. Mit Mobile-First-Schulungen werden die Mitarbeitenden in den Mittelpunkt ihres eigenen Lernens und ihrer eigenen Entwicklung gestellt, was zu einer besseren Kundenerfahrung und Mitarbeiterbindung führt und sich auf das Geschäftsergebnis auswirkt.

Unsere Vision ist es, den globalen Standard für mobiles Lernen zu definieren, um die Produktivität und den Umsatz am Arbeitsplatz zu steigern, Mitarbeiter um Mitarbeiter.