

Timberland Case Study

Tornare al meglio dopo la
pandemia di Covid-19

Background

La mission di Timberland è attrezzare le persone in modo da fare la differenza nel mondo e lo fa, creando prodotti straordinari nel tentativo di distinguersi nelle comunità in cui viviamo e lavoriamo. Timberland è orgogliosa di fare la differenza per gli oltre 5.500 dipendenti a livello mondiale, dando loro l'opportunità di apprendere e impegnarsi in un ambiente lavorativo che esibisce i valori dell'azienda: umanità, integrità e miglioramento.

93

punti vendita
che utilizzano
MobieTrain



tornare al meglio
dopo la pandemia
di Covid-19

>800

dipendenti
che utilizzano
MobieTrain

La sfida



Come molti altri a livello mondiale, i punti vendita Timberland sono rimasti completamente chiusi a causa della pandemia di Covid-19. Il team ha dovuto affrontare una grande sfida pensando a come sarebbe stata la riapertura dello store. Sono sorte domande tipo "Come riprendiamo l'attività?", "Cosa facciamo con i nostri collaboratori?" e "Come possiamo servire i clienti al meglio?". "Back to better" [Tornare al meglio] è diventato il mantra di Timberland e lo scenario in cui l'azienda ha affrontato la sfida.

"Ben presto, è risultato evidente che la normalità fosse finita. Molte persone lo affermano, lo sentite in tutto il settore e in Timberland abbiamo cercato di inventarci non il ritorno alla normalità, ma il ritorno al meglio. Questo è diventato il nostro mantra e lo scenario in cui abbiamo affrontato la riapertura dei nostri punti vendita e un nuovo coinvolgimento del personale."

*Brian Bodnar, Director retail operations
and customer experience, Timberland EMEA*



Il percorso seguito insieme



Timberland si è rivolta a noi per individuare un modo virtuale di motivare, vivacizzare e coinvolgere nuovamente i propri dipendenti, in particolare nei mesi successivi alla pandemia di Covid-19. Abbiamo collaborato per superare le sfide L&D e riconcepire il processo di comunicazione:

Creazione di un percorso formativo

Nel periodo da giugno a settembre 2020, abbiamo presentato insieme 4 percorsi formativi che affrontano argomenti riguardanti il nuovo coinvolgimento del team, la sua sicurezza e la creazione di obiettivi.

- **Primo percorso di apprendimento: sbloccare il lockdown**

Era direttamente rivolto al modo di fornire i servizi alla fine del lockdown: indossare la mascherina, come sorridere al cliente anche se non vi vede, ecc., in un'ottica di sicurezza di personale e clienti. La sicurezza era prioritaria.



- **Secondo percorso di apprendimento: KPI**

Come eseguire conversioni superiori, come condurre unità per transazione. Il percorso allineava i dipendenti e li istruiva in merito all'impatto del loro lavoro quotidiano sulla bottom line dell'azienda.

- **Terzo percorso di apprendimento: servizio orientato all'obiettivo**

In Timberland, l'obiettivo è l'elemento centrale del nostro servizio ai clienti. Ci impegniamo inoltre nel trasformare i collaboratori da addetti alle vendite ad ambasciatori del marchio. Il percorso ha ripreso il concetto di obiettivo, ricordandoci di comunicare i nostri valori attraverso la vendita.

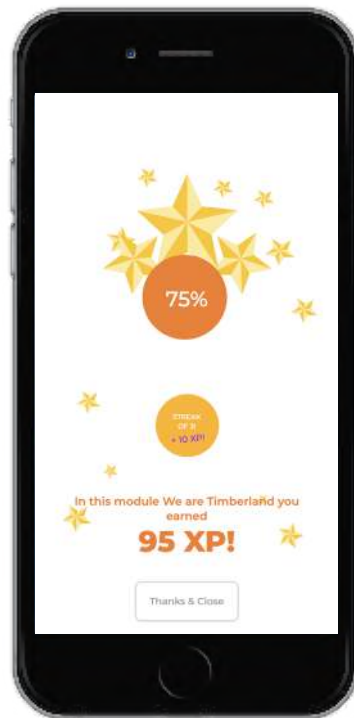
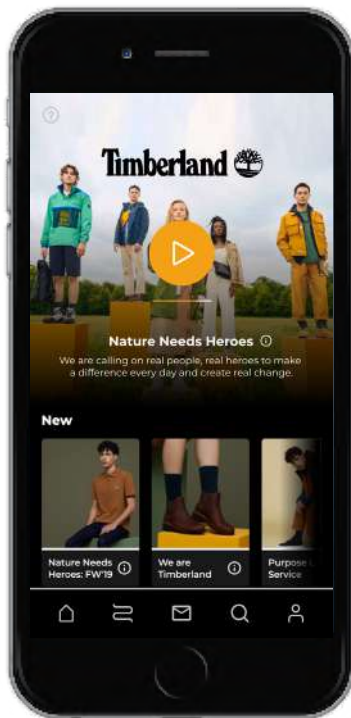
- **Quarto percorso di apprendimento: omnicanale**

Questo era un percorso assolutamente essenziale in quanto introduceva i cambiamenti da apportare nei punti vendita. È stato il primo step intrapreso per mostrare ai collaboratori che il ruolo dello store era destinato a cambiare.



"I nostri punti vendita stanno passando dalla tradizionale vendita al dettaglio a centri di distribuzione e ritiro per la spedizione ai clienti e-commerce."

*Brian Bodnar, Director retail operations
and customer experience, Timberland EMEA*



"Vediamo che i nostri collaboratori necessitano di upskilling e reskilling. Gli ultimi mesi hanno dimostrato in che modo possiamo essere agili e ottenere cambiamenti immediati in modo rapido e costante con la piattaforma MobieTrain."

Brian Bodnar, Director retail operations and customer experience, Timberland EMEA



Risultato e vantaggi



Il principale obiettivo nonché mantra di Timberland è: "Come possiamo tornare al meglio? Cosa possiamo apprendere da una situazione critica come la pandemia di Covid-19 e in che modo possiamo cogliere le innumerevoli opportunità che si presentano? Grazie a un approccio di apprendimento mobile first con MobieTrain, Timberland ha ottenuto tre vantaggi essenziali:



Tassi di conversione superiori:
aumento del 70% nella conversione e vendite positive comparabili presso i punti vendita nella maggior parte dei paesi.



Approccio omnicanale: transizione dalla vendita al dettaglio tradizionale a un modello ibrido (distribuzione, e-commerce, showroom) con microlearning per un maggiore coinvolgimento.



Forza lavoro agile e coinvolta: reskilling e upskilling; i contenuti formativi sono pertinenti in ogni punto vendita e gli addetti alle vendite sul mercato diventano narratori.

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





Mobietrain

Mobietrain
C-Mine 12, 3600 Genk, Belgio
(+32) 475 79 34 97
hello@mobietrain.com

www.mobietrain.com



MobieTrain
Change Behaviour. Boost Performance.

La conoscenza è il nostro forte e la nostra mission consiste nello stimolare i dipendenti con la conoscenza necessaria per avere successo. La formazione mobile-first pone i collaboratori al centro del loro apprendimento e sviluppo, migliorando così l'esperienza del cliente e il coinvolgimento del dipendente, oltre all'impatto sulla bottom-line dell'azienda.

La nostra visione consiste nel definire lo standard globale del mobile learning per aumentare la produttività e le vendite sul posto di lavoro, un dipendente alla volta.