



Timberland Case Study

'Getting Back to Better'
na Covid-19

Achtergrond



De missie van Timberland is om mensen de tools te geven om een verschil te maken in de wereld. Ze doen dit door uitstekende producten te maken en positieve impact te creëren in de gemeenschappen waarin we leven en werken. Ze zijn ook trots dat ze een verschil kunnen maken voor hun meer dan 5.500 werknemers wereldwijd, door hen onderdeel te laten voelen en te laten leren in een professionele omgeving die gekenmerkt wordt door bedrijfswaarden als menselijkheid, integriteit en constante vooruitgang.

93

winkels gebruiken
MobieTrain



'Getting Back to
Better' - mantra

>800

werknemers
gebruiken MobieTrain

Uitdaging



De Timberland-winkels werden, zoals veel winkels wereldwijd, volledig gesloten vanwege de Covid-19-pandemie. Het team stond voor een grote uitdaging bij het bedenken van hoe het zou zijn als de winkels weer open zouden gaan. Vragen als 'Hoe gaan we weer aan het werk?', 'Wat doen we met onze medewerkers?' en 'Hoe bedienen we onze klanten op de juiste manier?' kwamen naar boven. 'Back to better' werd Timberlands mantra en het kader voor hoe ze deze uitdaging benaderden.

“Al snel werd het duidelijk dat ‘normaal’ voorbij was. Veel mensen hebben dit voorspeld, je hoort het in de hele industrie en bij Timberland hebben we geprobeerd om niet meer terug naar normaal te gaan, we willen terug naar beter. Dat werd ons mantra en het kader voor hoe we de heropening van onze winkels en het opnieuw betrekken van onze medewerkers benaderden.”

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



Wat we samen hebben gedaan



Timberland benaderde MobieTrain in de maanden na de Covid-19-pandemie om hun werknemers op een digitale mobile-first manier opnieuw te motiveren, de werksfeer nieuw leven in te blazen en hun mensen opnieuw te betrekken bij de bedrijfsvoering. We werkten samen naar een oplossing voor hun L&D-uitdagingen en hielpen hen met het herontwerp van hun communicatieproces:

Creëren van leertrajecten

Samen hebben we 4 leertrajecten gelanceerd in de periode van juni tot september 2020 om topics aan te pakken die gericht zijn op het opnieuw motiveren en betrekken van het team, hen veilig te houden en focus te creëren.

- **Eerste leertraject: 'Unlock the Lockdown'**

Dit traject heeft een directe betrekking op de diensverlening bij het verlaten van de lockdown: een mondkmasker dragen, naar een klant glimlachen als ze je niet kunnen zien, enz. Het ging over de veiligheid van hun personeel en klanten. Veiligheid stond voorop.



- **Tweede leertraject: KPI's**

Hoe hogere conversies behalen, hoe eenheden per transactie stimuleren. Dit leertraject bracht werknemers op één lijn en leerde hen hoe hun dagelijks werk een invloed heeft op de bedrijfsresultaten.

- **Derde leertraject: doelgerichte service**

Bij Timberland staat het doel centraal in de dienstverlening aan de consument. Daarnaast streven we ernaar om medewerkers te transformeren van verkopers naar merkambassadeurs. Dit leertraject deed dat gevoel van doelgerichtheid heropleven en het herinnerde ons eraan om onze waarden tijdens het verkoopproces over te brengen naar de klanten.

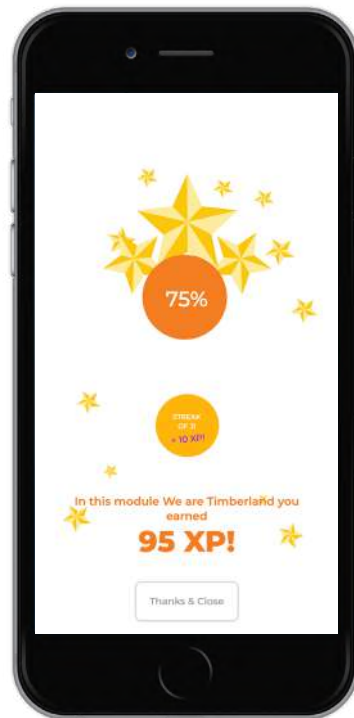
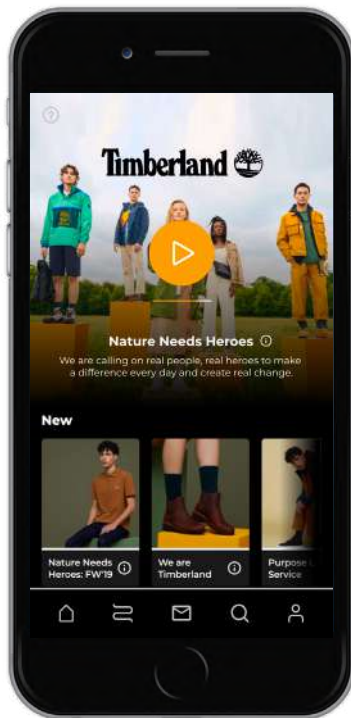
- **Vierde leertraject: omnichannel**

Dit leertraject was zeer belangrijk omdat het veranderingen begon door te voeren die in hun winkels werden uitgerold. Het was de eerste stap die Timberland nam om hun medewerkers te laten zien dat de rol van de winkel voor altijd zou veranderen.



"Onze winkels zullen van traditionele winkels veranderen in distributie- en afhaalcentra voor verzending naar onze e-commerceklanten."

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



"We zien dat onze medewerkers bijscholing en omscholing nodig hebben. De afgelopen maanden hebben aangetoond hoe we wendbaar kunnen zijn en snel onze medewerkers kunnen bereiken en consequent verandering kunnen brengen via het MobieTrain platform."

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



Resultaat & voordelen



Het belangrijkste doel en het mantra voor Timberland is: "How do we get Back to Better? Wat kunnen we leren van een crisissituatie als de Covid-19 pandemie en hoe kunnen we de vele kansen grijpen die voor ons liggen?".

Door een mobile first learning-aanpak met MobieTrain heeft Timberland drie belangrijke voordelen behaald:



Hogere conversiepercentages:
70% meer conversie en een positieve vergelijkbare winkelomzet in de meeste landen



Omnichannel aanpak: de verschuiving maken van traditionele winkel naar een hybride model (distributie, e-commerce, showroom) met microlearning voor een grotere betrokkenheid



Agile en betrokken werknemers: reskilling en upskilling; leerinhoud is relevant voor elke winkel en verkoopmedewerkers op de markt worden brandambassadors

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





Over MobieTrain

MobieTrain

C-Mine 12, 3600 Genk, België

(+32) 475 79 34 97

hello@mobietrain.com

www.mobietrain.com



MobieTrain

Change Behaviour. Boost Performance.

Kennis is onze kracht, en het is onze missie om medewerkers de kennis te geven die ze nodig hebben om te slagen in hun persoonlijke en professionele uitdagingen. Met mobile-first opleidingen worden ze centraal gesteld in hun eigen leerproces en ontwikkeling, wat leidt tot een betere klantervaring, medewerkersbetrokkenheid en een positieve impact op de bedrijfsresultaten.

Onze visie is om de wereldwijde standaard voor mobiel leren te definiëren om de productiviteit en leercultuur op de werkplek te stimuleren, één medewerker tegelijk.