

CASE STUDY

Ottimizzare la gestione di un punto vendita con la Business Simulation

IL CLIENTE

La società è un importante gruppo italiano tra i principali produttori mondiali di pneumatici, leader nel segmento Premium ad elevato contenuto tecnologico. Oggi ha raggiunto una presenza commerciale in oltre 160 paesi e conta 22 siti produttivi in quattro continenti e 38.000 dipendenti.

LA SFIDA

Tra le diverse iniziative intraprese dall'azienda per rafforzare la relazione con i propri dealers, la formazione rappresenta una delle componenti più importanti. L'azienda ha ritenuto opportuno rivedere l'offerta formativa per i rivenditori e si è posta i seguenti obiettivi:

- Creare un volano di comportamenti virtuosi nella gestione dei punti vendita;
- Indurre il cambiamento attraverso l'esperienza diretta;
- Differenziare l'offerta della formazione rispetto alla logica accademica usata fino ad allora
- Aumentare la numerica di partecipanti attraverso un'adesione spontanea.

LA NOSTRA SOLUZIONE

Dopo aver valutato diverse possibili soluzioni, l'azienda ha scelto la Business Simulation Mercuri International in quanto è stata vista come:

- La risposta giusta alle loro sfide;
- Un progetto che è sembrato subito efficace
- Un team di professionisti in grado di comprendere le esigenze e guidare il flusso di progettazione e lo sviluppo del simulatore.

IL RISULTATO

Partecipazione molto attiva attraverso adesione spontanea, con un numero di partecipanti raddoppiato rispetto ai progetti di formazione precedenti.

Alto grado di soddisfazione espresso dai partecipanti La creazione di un ambiente "virtuale" 3D ha facilitato la comprensione della catena causa/effetto delle decisioni sperimentate nella Business Simulation e ha permesso l'implementazione del cambiamento nelle attività lavorative "reali" nei punti vendita.