

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:

1. creare un volano di comportamenti virtuosi nella gestione dei punti vendita;

2. indurre il cambiamento attraverso l'esperienza diretta;
3. differenziare l'offerta della formazione rispetto alla logica accademica usata fino ad allora
4. 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.

L'obiettivo del progetto mirava alla giusta consapevolezza dei partecipanti sul legame causa / effetto delle proprie azioni, con l'intento di migliorare i risultati commerciali (coerentemente alle iniziative di business prioritarie per l'azienda). Attraverso la Business Simulation, è stato riprodotto su un cruscotto virtuale l'ambiente di lavoro dei partecipanti così da permettere loro di simulare la reale gestione di un punto vendita e verificare l'impatto delle loro decisioni in tempo reale... senza alcun rischio.

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