



## Estudio De Caso

# INSTITUTO IGA

IMPLEMENTANDO UNA SOLUCIÓN DE CAPACITACIÓN A SUS EMPLEADOS CON RECURSOS, SOPORTE Y ORIENTACIÓN, Y ASÍ MEJORAR LA EXPERIENCIA DE SUS CLIENTES.



**SECTOR: VENTAS AL POR MENOR (MINORISTA AFILIADO DE IGA)**

**docebo®**

Copyright 2018 Docebo. Todos los derechos reservados, por favor visite: [www.docebo.com](http://www.docebo.com)

MEJOR USO DE APRENDIZAJE COMBINADO





*El Instituto IGA es una organización de desarrollo de personas dedicada a mejorar los recursos de aprendizaje para minoristas de alimentos alrededor del mundo. Como una organización educativa, sirve a más de 10,000 negocios con programas de aprendizaje combinado que incluye más de 160 cursos en línea específicos a la industria, divididos en ocho diferentes bibliotecas. El instituto también brinda a los minoristas y asociaciones con sus universidades en línea empresariales con su propia marca.*



## INFORMACIÓN GENERAL DE APRENDIZAJE:

El servicio al cliente fue el objetivo principal de IGA con la plataforma de Docebo, y necesitaba estar al centro del modelo de negocio minorista de la empresa. Es un elemento vital de las operaciones de las tiendas ya que impacta el resultado final y cómo la empresa es vista en el ojo público.

La visión del proyecto de IGA es brindar una excelente experiencia de compra a cada cliente, aprovechando las fortalezas auténticas de los minoristas IGA.



## RETO DEL CLIENTE

Intentos de mejorar el servicio al cliente son frecuentes en IGA y en la industria de comestibles. La expectativa de servicios excelentes es un reto que todos los minoristas de alimentos enfrentan, pero como operadores locales, las tiendas IGA tienen perspectivas sobre las vidas de sus clientes y sus comunidades; y la libertad de personalizar sus servicios y ofertas.

El servicio al cliente excelente es difícil de entregar por muchas razones:

- Es un objetivo en movimiento difícil de definir
- No es instintivo
- Los clientes ven lo que los minoristas no
- Depende altamente de los seres humanos
- Necesita consistencia diaria



## SOLUCIÓN

El Instituto IGA entiende que la raíz del buen (y mal) servicio al cliente es la cultura organizacional. Por ende, ellos necesitaban una estrategia de capacitación que requiere perfeccionar la cultura de las tiendas. La estrategia fue establecida en dos etapas:

**ETAPA 1:** Identificación de 11 comportamientos que demostraron excelente servicio al cliente. Para poder diseñar una intervención valiosa, una perspectiva confiable y un proceso riguroso fueron requeridos.



**ETAPA 2:** El planteamiento del instituto fue incorporado después que los comportamientos clave fueron identificados. El prototipo inicial fue puesto a prueba en siete tiendas, resultando en una solución de capacitación y el nombre para el programa: IGA Way to Care. El programa **IGA Way to Care** ofrecería los recursos, soporte y orientación para mejorar la experiencia de compras y lograr los niveles de líderes de la industria.

La información y resultados de la etapa 1, en combinación con este prototipo inicial de campo, llevó al equipo a un modelo dividido en tres fases:

**Asesoría:** Análisis de tienda

**Influencia de cambio:** Capacitación

**Progreso continuo:** Gestión continua

Para ofrecer una experiencia de compra excelente, cada miembro de la tienda necesita invertir en brindar soporte al cliente personalizado y auténtico.

**FASE 1 Asesoría - Análisis de tienda:** Esto incluyó asesorías de

tiendas, midiendo la satisfacción de clientes existentes y desempeño de comportamientos al servicio de clientes. Encuestas asociadas midiendo el liderazgo general también fueron llevadas a cabo para asesorar u efectividad.

**FASE 2 Influencia de cambio -**

**Capacitación:** Esto incluyó un seminario de cultura y misión para los dueños y gerentes de distrito junto con una serie de cursos en línea sobre el liderazgo para los gerentes, explicando las tácticas y métodos para construir un equipo comprometido y una cultura de servicio dentro de la tienda. El LMS de Docebo, disponible por medio del Instituto IGA, también apoyó a los líderes en gestionar y darle seguimiento al progreso del aprendizaje de sus empleados.

**FASE 3 Progreso continuo - Gestión continua:** Llamadas mensuales

fueron organizadas para discutir logros importantes, encuestas de asociados y líderes fueron llevadas a cabo y reportes mensuales, incluyendo retroalimentación de los distribuidores también fueron producidas.



## RESULTADOS

Con esta estrategia en orden, el Instituto IGA reafirmó que la mayoría del aprendizaje suceda informalmente, haciéndolo necesario para trabajar en una estrategia sobre cómo aprender juntos efectivamente. Cuando los gerentes ceden la responsabilidad de desarrollar a su propia gente, ellos pierden la oportunidad de enseñar dentro del ambiente dentro del cual el aprendizaje sucede.

De hecho, estudios han mostrado que el aprendizaje informal comprende la mayor parte del aprendizaje en el lugar de trabajo, quizás tanto como el 80%. Las personas aprenden al interactuar con sus colegas, gerente o expertos en sus organizaciones.

*Docebo es un sistema de gestión de aprendizaje (LMS) enfocado en cambiar la forma en que las personas aprenden a través de una tecnología fácil de usar y basada en la nube, diseñada para el usuario moderno. Establecido en el 2005, Docebo (en latín significa "enseñaré") ofrece a las empresas y sus empleados, socios y clientes un ecosistema de aprendizaje que aumenta el rendimiento y la participación en el aprendizaje. Docebo está diseñado para impulsar una estrategia coherente de capacitación y desarrollo, y ha sido adoptada por más de 1,400 empresas en todo el mundo por su elegancia y capacidad para implementar estrategias de aprendizaje combinado (formal, social y experiencial). Docebo ofrece un modelo de precios escalable y un conjunto robusto de integraciones y APIs, junto con un soporte confiable disponible 24/7.*

**docebo**<sup>®</sup>

Copyright 2018 Docebo. Todos los derechos reservados, por favor visite: [www.docebo.com](http://www.docebo.com)