

La forza vendita Lexmark sul campo della formazione a distanza

IN BREVE



La posta in gioco

Assicurare il miglioramento delle competenze del team vendite – manager e commerciali – nell’ottica di un’evoluzione dell’offerta rivolta alla vendita di soluzioni, in linea con la strategia PMM dell’azienda. Sviluppare la dimensione “consulenza ai clienti” del team vendite.

Lexmark

Lexmark progetta, fabbrica e commercializza soluzioni e prodotti per la stampa – stampanti laser o a getto d’inchiostro, dispositivi multifunzione, materiali di consumo e servizi associati – destinati alle aziende e ai privati, in 150 paesi. Fondata nel 1991, nel 2006 Lexmark International Inc. ha realizzato un fatturato di oltre 5 miliardi di dollari.



► Di fronte ai profondi mutamenti del mercato della stampa, Lexmark ha deciso di adottare una nuova strategia commerciale, principalmente orientata alla consulenza ai clienti. Si trattava quindi di migliorare ed espandere le competenze del team di vendita: per questo, Lexmark ha puntato su un programma di formazione innovativo.

Sin dall’inizio del 2000, il mercato della stampa nel settore business sta affrontando importanti sconvolgimenti: crollo del prezzo delle stampanti, saturazione di un mercato sempre più focalizzato su modelli entry-level, allargamento del campo competitivo con l’introduzione di fotocopiatrici digitali e prodotti multifunzione...

Per rispondere a queste nuove sfide, Lexmark presenta l’approccio PMM “Print, Move & Manage”. Il marchio intende così far evolvere il suo posizionamento da un’offerta di “prodotti” a un’offerta di “soluzioni”.

Lexmark propone di affiancare i suoi clienti al fine di razionalizzare l’intero ciclo di stampa, li aiuta a trasmettere le informazioni in modo più rapido e sicuro e a gestire meglio i costi e le infrastrutture, che si tratti di assistenza a un processo localizzato o dell’ottimizzazione completa dei mezzi e dei processi di stampa su scala aziendale.

Un programma di formazione in linea con gli obiettivi aziendali

Nel 2006, alle luce di tali sviluppi, Artur Marcinkiewicz, Education Manager per la zona Europa - Medio Oriente - Africa di Lexmark, ha deciso di realizzare un dispositivo di formazione molto pratico, in grado di combinare formazione a distanza e workshop in aula.

Gli obiettivi sono:

- accelerare l’acquisizione delle tecniche, attuando un percorso di formazione a distanza, inquadrato dai manager;
- offrire ai partecipanti programmi personalizzati in un contesto di apprendimento dinamico e stimolante.

Grazie alla partecipazione di 250 manager e commerciali in Europa, tutti i team vendite hanno potuto aderire rapidamente alla strategia PMM ottenendo così un miglioramento delle proprie competenze.

“Grazie a CrossKnowledge, abbiamo attuato un programma di formazione innovativo che ci ha consentito di sviluppare la nuova strategia di Lexmark a livello della forza vendita in tempi record”

Artur Marcinkiewicz
Education manager Europa, Medio Oriente, Africa

Per i manager, è stato sviluppato un programma specifico sulla gestione del cambiamento – strettamente inerente alle problematiche di business, sull'animazione di squadra, coaching e tecniche di motivazione dei collaboratori.

Il programma dedicato ai commerciali pone invece l'accento su temi quali l'approccio relazionale, l'efficienza personale, la gestione di progetti, la capacità di negoziare e su una conoscenza approfondita dei meccanismi finanziari dell'azienda.

Al termine delle sessioni di formazione a distanza, sono stati organizzati dei workshop in aula nel paese e nella lingua del collaboratore. Realizzati con gruppi resi omogenei grazie all'e-learning, i workshop si concentrano sui giochi di ruolo filmati e sulla contestualizzazione attraverso casi di clienti reali. Dopo le esercitazioni pratiche, la formazione si conclude con un coaching personalizzato.

Riduzione del tempo di immobilitazione dei commerciali, personalizzazione delle formazioni, aumento della loro efficienza a lungo termine, netto miglioramento del ROI grazie ai loro progressi: Artur Marcinkiewicz mostra grande soddisfazione per gli ottimi risultati ottenuti. Il team vendite ha seguito in media

dieci sessioni di formazione a distanza con un tasso di connessione del 94% e un tasso di completamento delle sessioni quasi equivalente.

Guidare il miglioramento continuo

Animata dalla volontà di sviluppo costante delle competenze, Lexmark proseguirà il suo programma di formazione a distanza per diversi anni, in una logica di approfondimento delle conoscenze e di “best practice”.

Obiettivo: armonizzare e unificare in modo duraturo le competenze dei collaboratori in tutti i paesi in

cui Lexmark è presente, allo scopo di allineare le pratiche e di condividere meglio la strategia globale dell'azienda.

Grazie a un dispositivo su misura, un forte coinvolgimento manageriale e una stretta supervisione dei team, il consolidamento delle competenze tiene fede alla scommessa di Lexmark. ●●●



Home page del portale di e-learning realizzato per il team vendite di Lexmark