



Atrivity Case Study

Salerm Cosmetics apuesta por Atrivity en su plan anual de formación comercial e incrementa el conocimiento de su Fuerza de Ventas.

Salerm Cosmetics

Salerm Cosmetics es la marca de referencia dentro del sector profesional de la peluquería y pertenece a VMV Cosmetic Group, una compañía familiar española líder en la creación, producción y distribución de productos para la cosmética capilar, especialmente productos de coloración, así como mobiliario y aparatos de peluquería, envases de plástico y aerosoles. Ubicado en Lliçà de Vall (Barcelona) el grupo vende sus referencias en 5 continentes mediante una red propia de 54 delegaciones y con más de 1.600 trabajadores.

Atrivity

Atrivity, producto de la empresa Compettia, ayuda a las organizaciones a **mejorar el conocimiento y rendimiento de sus empleados** y a conectar de una forma más atractiva y duradera con sus consumidores. Todo ello, a través de dinámicas de juego que fomentan un aprendizaje óptimo, divertido y medible. La misión de Atrivity es ser el elemento clave en las estrategias formativas, comerciales y de comunicación de las empresas, siendo el complemento que acompañe a cada una es mejorar a las empresas con juegos personalizados.

Para Salerm Cosmetics era de vital importancia incidir en la forma que su Fuerza Comercial absorbía las muchas formaciones de producto. Buscaban mejorar su conocimiento.

El desafío

Tener un equipo comercial bien preparado es una de las misiones principales de Salerm Cosmetics para asegurar la satisfacción de sus clientes. Por ese motivo, incidir en una estrategia de formación innovadora era uno de los retos impuestos para alcanzar un mayor éxito en sus ventas. Salerm Cosmetics tenía un reto bien definido: encontrar e **implementar una solución innovadora que apoyase sus formaciones y mejorase la absorción del conocimiento** de producto de una forma sencilla, fresca y dinámica.

En definitiva, buscaban una solución que les ayudase a reforzar los conocimientos adquiridos por la Fuerza comercial en las diferentes formaciones realizadas sobre los productos de la compañía.

El proyecto

Tras detectar la necesidad y buscar posibles soluciones, el equipo de marketing y comunicación de Salerm Cosmetics se decantó por la solución de Atrivity.

Se trabajó conjuntamente en un **plan anual de dinámicas de juego para acompañar a las distintas formaciones comerciales.**

enero							febrero							marzo						
L	M	MI	J	V	S	D	L	M	MI	J	V	S	D	L	M	MI	J	V	S	D
31	1	2	3	4	5	6	28	29	30	31	1	2	3	25	26	27	28	1	2	3
7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10	Juego remoto Atrivity: nuevo lanzamiento						
14	15	16	17	18	19	20	Microcontenido + retos Atrivity: nuevo lanzamiento							Microcontenido nuevo lanzamiento						
21	22	23	24	25	26	27	11	12	13	14	15	16	17	Juego remoto Atrivity: nuevo lanzamiento						
28	29	30	31	1	2	3	18	19	20	21	22	23	24	Juego remoto Atrivity: refuerzo conocimientos						
Notas:							Notas:							Notas:						
abril							mayo							junio						
L	M	MI	J	V	S	D	L	M	MI	J	V	S	D	L	M	MI	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7	29	30	1	2	3	4	5	27	28	29	30	31	1	2
8	9	10	11	12	13	14	Microcontenido + retos Atrivity: nuevo lanzamiento							Juego remoto Atrivity: refuerzo conocimientos						
15	16	17	18	19	20	21	6	7	8	9	10	11	12	Juego remoto Atrivity: refuerzo conocimientos						
22	23	24	25	26	27	28	13	14	15	16	17	18	19	Juego remoto Atrivity: refuerzo conocimientos						
29	30	1	2	3	4	5	20	21	22	23	24	25	26	Juego remoto Atrivity: refuerzo conocimientos						
Notas:							Notas:							Notas:						

Las diferentes dinámicas de juego propuestas fueron:



Juego Remoto

Descripción:

Juegos trivía sobre los productos existentes y enlazado con retos entre diferentes equipos comerciales

Objetivo:

Verificar el grado de conocimiento de los equipos comerciales sobre el producto, creando competición entre ellos. ¿Quién sabe más?

El equipo de Atrivity nos ayudó a establecer un plan efectivo de dinámicas de juego para hacer más efectivas nuestras formaciones.



Juego Autopilotado

Descripción:

Pack de retos programados con preguntas acerca de un micro-contenido formativo.

Objetivo:

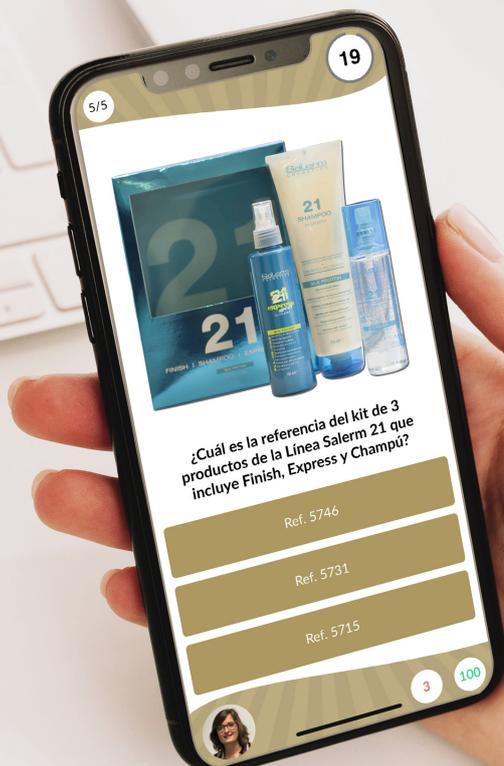
Reforzar conocimiento de la formación y reducir la curva del olvido en semanas-meses posteriores. Presentar nuevos productos con sus beneficios y reforzar su adopción dentro del catálogo comercial.

Los resultados

80% de **participación de la Fuerza de ventas** en los retos programados después de una formación.

Las preguntas de los retos ayudaron a **mejorar la absorción de las formaciones**, resaltando los conceptos clave de los productos para **potenciar su venta**.

Aumento de la motivación del equipo por las formaciones. La competitividad entre comerciales y equipos resultado de la ejecución de los diferentes retos, ha propiciado una **mayor implicación con el contenido formativo**.



Los juegos remotos han ayudado a potenciar la implicación de la Fuerza Comercial con el contenido Formativo.

“Atrivity da dinamismo a las formaciones. A nuestros comerciales les entusiasma. Gracias a la solución participan más porque quieren superar los retos posteriores que hacen fuera del horario laboral para no restar tiempo en visitas comerciales”

Raquel Carvajal, Directora de Marketing

Agilidad en la introducción de nuevo catálogo y nuevas líneas de producto. Se han simplificado los conceptos con las dinámicas establecidas y las delegaciones han entendido más fácilmente el concepto de valor de los productos.

Conclusión

En la época actual en la que vivimos donde la tecnología implica dinámicas de trabajo nuevas, es esencial que existan personas que lideren estos cambios para que se implementen de forma exitosa. En el caso de Salerm Cosmetics, su **equipo de Comunicación y Marketing ha sido determinante para el éxito del proyecto**. Desde Atrivity agradecemos la existencia de este tipo de perfiles, que con su implicación defienden la innovación como parte fundamental de cualquier estrategia.



Raquel Carvajal
Directora Marketing

Perseverante ante nuevos retos y apasionada por lograr excelentes resultados.



Iván Lozano Campos
Rble. Comunicación

Periodista por vocación y a la caza de las últimas tendencias en comunicación.



Yeray López
Product Manager

Lo importante es la actitud con la que se afrontan los retos, por eso siempre sonrío.

Gracias a su implicación y al buen encaje de Atrivity en la compañía, llevamos dos años de trabajo, en el que se ha incorporado la solución a más de 600 empleados de la Red Comercial de España, Europa Latinoamérica y Estados Unidos y con proyección de aumentar su uso en diferentes áreas.

Atrivity



Convierte tu material formativo en preguntas - Muy fácil!



Configura tu juego de trivia Atrivity en minutos



Invita a los jugadores, luego observa los ranking y todo lo que está pasando mientras compiten



Revisa y analiza resultados globales e individuales

¿Quieres conseguir en tus formaciones más interés y engagement?

Habla con un Experto