

MINUTA GRUPO DE ESTUDIO

Fecha	Miércoles 27 feb.
Participantes	Lulu, Yvonne, Melanie y Erick.
Puntos a tratar	Contenido del proyecto de formación/aprendizaje continuo
Acuerdos (llenar al final de la sesión; revisar secciones subrayadas en amarillo)	Erick: Coordinar actividad con panel de TOTAL PLAY (Erick) - idea surgió en visita al showroom. Comunicar resultado en próxima sesión del grupo de estudio. Yvonne envía propuesta. Lulu: Desarrollar contenido para SISTEMA NIVEL 1 de la competencia Sistema del proyecto de formación/aprendizaje continuo. Coordinar con Melanie, quien tendrá a su cargo el seguimiento a los módulos. Yvonne: Ideas para el branding de todo el proyecto de formación/aprendizaje continuo. Montaje de Total Play. Organizar reuniones con Lulu, Erick y los Gerentes de Marca para el desarrollo de la competencia de categorías de productos y ventas, empezando por Loza Sanitaria. Lo conversarán con Manrique y Héctor Arenales. Comunicar resultado de la conversación en próximo grupo de estudio. Labetnográfico: Realizar cambios para continuar con la Customer Satisfaction Survey. Presentar resultados de nueva versión de herramienta en próxima sesión del grupo de estudio. Identificar “facts antropológicos”/validar las razones por las cuales la formación continua debe realizarse en los cambios de turno o en los horarios con menor afluencia de clientes. Esto se hará a través de grupos focales con colaboradores, dirigidas por Ángel.

TEMAS DISCUTIDOS

Manuel y Melanie:

- puntos de resumen de las visitas

Lulu

Muchas de las cosas siempre son hacia adentro de la tienda; pero del cliente qué percibimos...que el cliente no se va a sentir bien si el ambiente no es agradable

- conversación parte a raíz de la simulación donde ellos pasaban por clientes
- ¿cómo validar que el cliente se sintió asesorado?
- ¿cómo podemos tener esta misma conversación pero alrededor de la experiencia del cliente?
- validar el punto que la gente de piso transmite menos seguridad que la gente de bodega...¿cambiarlos?

Erick

C3 que presentaron van a reunirse en grupo para proponer proyectos de cosas que se pueden mejorar en la tienda, desde sus áreas con los recursos de los que ya disponen (innovación= poco tiempo, pocos recursos)

- **acuerdo:** cuando C3 presente que haya participación del grupo de estudio
- martes es el primero, 2pm

Luis

Segmentos

- qué llega buscando cada segmento; por ejemplo el albañil llega buscando rentabilidad (agregar valor)
- el consumidor final si llega buscando asesoría

para hacer más eficiente el proceso y mejorar la calidad de los datos, vamos a usar una App:

- ODK collect
- funciona en android
- la app es flexible y fácil de usar
- con códigos SQR se va a mapear el customer journey (por categorías)

Discusión sobre las gráficas

- **Quienes acompañan al cliente**

Cómo cambia la gráfica con la nueva categoría que usamos (tema de los acompañantes)



Mejorar el mecanismo para categorizar los diferentes perfiles de clientes

- Cómo asignamos la categoría de quién es el cliente principal (por observación o por quién paga)
- Deep dive con grupos focales en tienda (con segmentos específicos)

Cuál es el segmento principal, qué le vendemos, y cuál es la venta de impulso que se puede aprovechar; pero es necesario determinar primero el tráfico

- **Encontró lo que buscaba**

Es importante que la brecha del 30% que no se lleve todo lo que encontraba (necesidad inmediata)

No puede ser que se surta la tienda de cosas que atienden a un segmento pequeño y que el cliente principal no se lleve lo que buscaba

Benjamín enviará todas las semanas el listado de cosas que no encuentran en tienda

Manuel: buscar en la lista de productos que no encuentran, validar si hay o no hay con Marvin y Don Héctor

- **Tiempo en tienda**

“El profesional tarda 12 minutos de los cuales, 2 min es buscando el producto y 10 esperando factura”

Segmentar sólo entre especialistas, profesionales y consumidores finales (los que están trabajando y lo que están consumiendo para sí mismos)

Cuáles son los atributos que valora cada segmento (en grupos focales, según los atributos)...cuánta gente busca los mismos atributos

Cambios en los racks, solicitud de Manrique

Entender el martes qué tan ágil es el equipo de Héctor y qué tan tarde van a salir los colaboradores que van a colaborar en acomodar el producto en los racks

Sugerencias a Omar según lo que observemos el martes

Cambios en los racks, solicitud de Manrique

Capacitación magistral

Clínica interna

Clínica con clientes (bajar a la tienda y que empiecen a implementarlo, que en esa semana se pueda hacer coaching)

Dinámica de formación continua (por fases), ¿cómo agrupamos a los colaboradores?

Mandar a Benja lo antes posible los números de ticket

