

MINUTA GRUPO DE ESTUDIO

Fecha	21 de marzo de 2019
Participantes	Luis Catillo, Lulu McDonald, Erick Melgar, Melanie Maldonado
Puntos a tratar	1) Programa de formación continua (PFC)
Acuerdos (llenar al final de la sesión; revisar secciones subrayadas en amarillo)	<p>Labetnográfico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consentimiento informado escrito u oral para las fotografías que servirían para los comportamientos claves alrededor de situaciones o clientes en el PFC. - Herramienta para conocer a los trabajadores y validar cuál de nuestras hipótesis es la que está generando la barrera a la pregunta: “¿en qué proyecto se encuentra trabajando y la fase?” (según lo que trabajamos en el pizarrón, imagen adjunta). - Introducción del Módulo 1 (ver matriz), Atributos Clave del Módulo 1 (Información de las entrevistas). - Presentar el plan para estudiar segmentos fuera de tienda el viernes en sesión de grupo de estudio. <p>Manuel y Melanie: observar si los colaboradores preguntan: “¿en qué proyecto se encuentra trabajando y la fase?”</p> <p>Lulu: seguimiento a la entrega de las botas, ¿se adelantó la entrega de abril a marzo o cómo será?; enviar a Labetnográfico información de % de ventas por segmento; características por Segmento del Módulo 1 (fotografías); seguridad Industrial 5S del Módulo 2 (compartir material ya existente); estándares de Servicio al Cliente del Módulo 2 (juego de roles, pecera del conocimiento).</p> <p>Erick: Atención al cliente del Módulo 3 (Cliente Misterioso); mensajes clave dentro de la tienda del Módulo 3 (Decálogo); puntos de Contacto del Módulo 4 (Profundizar/adaptar los que encontró el G7); gestión Post-Venta del Módulo 4 (subir a Drive lo que compartió Álvaro Fernández).</p> <p>Melanie: Técnicas de venta del Módulo 6 (leer y revisar todo el material de los cursos para identificar conceptos puntuales que conocerlos le agregue valor a los vendedores; estudiar a ConstruRed (parte corporativa).</p>

Commented [1]: Para eso desarrollamos la herramienta 7

TEMAS DISCUTIDOS

Revisión y actualización de temas y tareas de la matriz:

Erick: Fotografías reales, para presentarlo con burbujas que contengan lo importante del tema o lo que rodea a la imagen. Desarrollar un consentimiento informado pequeño y fácil para esto.

Commented [2]: Lab se encarga

Erick: encargó un template para el programa de formación continua.

Commented [3]: Este es el formato de pensum que trabajaremos hoy con +melanie@labetnografico.com

Luis: importante identificar la barrera de por qué no hacen la pregunta “¿en qué proyecto se encuentra trabajando y la fase?” Si el ejercicio no está funcionando, es un indicador que presentarles power points con información e instrucciones no es efectivo.

Optimización: Estudiar a los colaboradores, una guía para entrevistarlos y conocerlos. Próxima semana tomarlos 5-10 minutos para platicar individualmente con los colaboradores. Lo haríamos Lulu, Erick y Yo. Que los motiva y que les da miedo.

Commented [4]: ver herramienta 7

Luis: Pregunta importante ¿Por qué el cliente no quiere darle información de su proyecto a los colaboradores y por qué a mí (Melanie) sí?

Lulu: herramienta para recabar datos de los clientes como: nombre, correo, celular, etc. En lugar del módulo de Herramientas de Anfitriones

Melanie: preguntar a Ángel

De las Herramientas de Anfitriones, qué queremos enseñarles a los colaboradores.

Próximo Focus Group, objetivo de conocer los atributos que valoran los clientes

Herramienta (¿para cuando?)

Preguntar a Luis: ¿Podríamos hacer una propuesta para la modificación del tope (120%) para el variable, removerlo o volverlo flotante?

Commented [5]: Presentaremos el plan este viernes en grupo de estudio. Ya tenemos aprendizaje de las primeras entrevistas.

Lulu: Manuel y Melanie generar feedback, data de la capacitación de la universidad ferretera.

Grupo de estudio: validar que ya hablaron con Cristian Omar para coordinar este tema (entrega de trockets)

Lulu: Seguimiento de las botas, ya toca en abril.

Luis: Quién lleva el listado/revisión cruzada de la limpieza. No existe. IMPLEMENTACIÓN NUEVA

Amílcar Cerna: se incorporó en la recta final de la reunión para que nos explicara la reestructuración de los vendedores de canales. La duda surgió a partir del acompañamiento que dio Lulu a las visitas de Johan el miércoles 20 de marzo.

Ellos (ODH) si tienen identificado las molestias por las diferencias de comisión:

Cajas: 120% tope/ 600

Ventas: 120 % tope/400

Bodega: 100% de tope/

labetnográfico

Dos diferencias:

- 1) Estructura (a quién reportan)
- 2) Clientes a los que atienden

Antes: ventas en tienda y ventas en canales (vip/constructoras, obras y MFA/ferreterías)

Ahora: unieron fuerzas, para que no se pierdan obras, ni se desatiendan zonas. Todos son ejecutivos de venta. Y ahora los supervisores le reportan al gerente de tienda. Se supone que ahora solo pueden despachar de la tienda a la que pertenece, por cuestiones de utilidades.