

UN ENFOQUE DE COLABORACIÓN PARA MODERNIZAR LA CAPACITACIÓN EN VENTAS EN UN ENTORNO CORPORATIVO GLOBAL



SOBRE HENKEL

Henkel es una empresa multinacional alemana de bienes industriales y de consumo con sede en Düsseldorf. Opera a nivel global en tres áreas de negocio: Tecnologías Adhesivas, Cuidado del Cabello y Belleza, y Cuidado del Hogar y Lavandería. Sus marcas reconocidas incluyen Persil®, Schwarzkopf®, Pritt® y Loctite®.

EL DESAFÍO

El Campus de Tecnologías Adhesivas es responsable de la capacitación funcional en ventas y marketing; impulsa cambios de comportamiento que generan impacto tangible en el negocio a través de la transferencia de conocimientos, el desarrollo de habilidades, el intercambio de mejores prácticas y el coaching. El Campus reconoció la necesidad de contar con un plan de estudios más moderno y escalable que impactara regularmente a todo el personal en contacto con clientes, algo que, depender únicamente de la capacitación presencial (ILT) no podía garantizar.

Contar con un nuevo socio global de capacitación permitiría avanzar hacia este enfoque moderno y escalable, apoyando la introducción de una plataforma de aprendizaje autodirigido y el diseño y desarrollo de cursos y contenidos. El socio también debería:

- Crear un nuevo plan de estudios moderno de retail.
- Diseñar y construir un viaje de aprendizaje de coaching for performance para todos los gerentes de ventas a nivel global.
- Impartir ILT en territorios e idiomas donde El Campus no tiene capacidad propia

Paul Spackman, Director Global de El Campus, Henkel, explica:

“La relación con nuestro proveedor anterior de capacitación había estado hasta ahora principalmente gestionada por nuestros colegas de Recursos Humanos. En El Campus no habíamos aprovechado tanto al proveedor como nos hubiera gustado. Con el fin del contrato, sentimos que era el momento adecuado para asegurar un nuevo socio global de capacitación con el que pudiéramos trabajar directamente. Nos aportaría capacidades y experiencia que no teníamos internamente y nos ayudaría a mejorar los resultados de aprendizaje.”



PRINCIPALES LOGROS Y RESULTADOS

- Más de 6,000 empleados en todo el mundo con acceso a una Plataforma de Sales Enablement y preparados para el autoaprendizaje con el fin de lograr resultados de ventas consistentes.
- El aprendizaje autodirigido en línea complementa la capacitación virtual y presencial existente (ILT) en un momento en que la demanda supera la capacidad de entrega.
- Más del 50% de participación de usuarios en la Plataforma de Sales Enablement hasta la fecha.
- Un enfoque consultivo y de co-desarrollo para crear viajes de aprendizaje y de coaching impactantes para equipos globales de ventas e ingeniería de aplicaciones



LA SOLUCIÓN

Henkel eligió a Tack TMI como su nuevo socio global de capacitación para El Campus de Tecnologías Adhesivas. Tras un proceso de licitación competitivo, seleccionó a Tack TMI por su especialización en excelencia en ventas y desarrollo de habilidades, flexibilidad, ajuste a las necesidades del negocio y estructura competitiva de precios. Además, con más de 55 oficinas que operan en 37 idiomas a nivel mundial, Tack TMI ofrece a Henkel acceso a una red global de facilitadores expertos que cubren las brechas en cobertura geográfica y capacidad lingüística.

Fortaleciendo las capacidades de ventas con una plataforma global de aprendizaje

La digitalización es un eje clave en el marco estratégico de crecimiento de Henkel. Reconociendo el valor de las plataformas digitales de aprendizaje y coaching autodirigido para complementar la ILT y cumplir con el mandato de El Campus de ofrecer un plan de estudios más moderno y escalable que impacte regularmente a todo el personal en contacto con clientes, Tack TMI colaboró en identificar, pilotear y entregar una prueba de concepto con 500 participantes. Tras su éxito, el equipo trabajó con Tack TMI en la selección de un socio a largo plazo para su Plataforma Global de Sales Readiness, recibiendo retroalimentación objetiva desde la perspectiva de administradores y usuarios. Paul comenta:



“El rol de Tack TMI fue fundamental en el proceso de selección de la plataforma, apoyando la creación del caso de negocio y la producción de un video ‘¿Qué gano yo con esto?’ para comunicar los beneficios del proyecto a los directivos y obtener la aprobación del Consejo. Después de analizar el mercado, identificamos una lista de 12 opciones, que se redujo rápidamente a tres plataformas adecuadas. No teníamos la experiencia ni los recursos en El Campus para realizar pruebas realistas con las tres finalistas, así que Tack TMI las ejecutó, identificando cualquier brecha frente a nuestros requisitos.”

Tack TMI también jugó un papel clave en la configuración inicial de la plataforma Mindtickle, migrando el contenido del piloto, adaptándolo al enfoque de series de capacitación centradas en actividades y asegurando una masa crítica de contenidos lista para los 6,000 usuarios del negocio de Tecnologías Adhesivas (aproximadamente el 48% de las ventas globales de Henkel) en su lanzamiento en enero de este año.

Compromiso y productividad de los empleados

El compromiso de los usuarios es un factor crítico de éxito en cualquier

plataforma digital de aprendizaje, y el contenido adecuado es clave para impulsarlo. Para iniciar, El Campus publicó un programa de cargas de series de capacitación para los primeros cinco meses, enfocado en habilidades de ventas genéricas. Estas incluyeron Fundamentos de Negociación, Manejo de Objeciones y Venta de Soluciones, disponibles en inglés, alemán, español y chino. Con su portafolio de contenidos probado, Tack TMI colaboró en su desarrollo a partir de su biblioteca de materiales prediseñados.

El contenido adaptado por Unidad de Negocio Estratégica (SBU) tiende a generar mayor compromiso porque los usuarios perciben que fue creado para su realidad. Por eso, El Campus destina recursos para co-desarrollar una serie de capacitación al año con cada SBU sobre un tema elegido, en colaboración con Tack TMI cuando es necesario.

También capacita a las SBUs en administración de la plataforma para que puedan subir contenido propio sobre productos, tecnologías o mercados, bajo un modelo de gobernanza que asegura la relevancia y actualización del contenido.

Un nuevo plan de estudios de retail para optimizar el portafolio de consumo de Henkel

Henkel y Tack TMI están co-desarrollando un nuevo plan de estudios de retail para satisfacer las necesidades de capacitación en ventas de dos SBUs que operan en un entorno minorista altamente volátil y desafiante. El primer curso, Retail Sales Essentials, aunque basado en un programa existente, incluye contenido completamente renovado y un formato actualizado de aprendizaje combinado. El segundo, creado específicamente para gerentes de cuentas clave, ya fue piloteado con éxito y está en proceso de implementación. Para estandarizar estos proyectos, Tack TMI aplica su proceso de desarrollo de principio a fin, asegurando entregas puntuales, de alta calidad e incorporando las últimas tendencias en diseño y entrega de aprendizaje.



Milene Dutra, Gerente Regional del Campus para América Latina en Henkel, comenta:

“Trabajamos de manera muy fluida con Tack TMI en el co-desarrollo de este nuevo plan de estudios de retail. A medida que los cursos se implementan, hemos recibido comentarios muy positivos y alentadores de los usuarios sobre el

contenido y los facilitadores. Tack TMI responde rápidamente a nuestras solicitudes de nuevos formadores y es flexible y adaptable a nuestras necesidades cambiantes.”

Coaching para el desempeño

Un componente clave del proyecto de la Plataforma de Sales Readiness es aprovechar mejor el conocimiento y la experiencia de los gerentes de

ventas como la clave para liberar el potencial de sus equipos, incorporando una mentalidad de coaching en la organización comercial.

En menos de tres meses, Tack TMI co-desarrolló con El Campus un programa virtual combinado de 9 semanas para gerentes de ventas: Coaching for Performance. Tras un piloto exitoso, se está implementando globalmente para más de 600 gerentes de ventas.

El curso se entrega como un viaje de aprendizaje paso a paso alojado en Mindtickle, acompañado de eventos en vivo. Tack TMI trabajó junto con el Campus de Henkel para crear videos cortos, demostraciones y módulos interactivos descargables, brindando a los líderes de ventas todo lo necesario para entrenar el desempeño de sus equipos en el día a día.

Esmina Kampmeier, Gerente Regional del Campus en Europa, Henkel, comenta:

“La colaboración con Tack TMI nos aporta el valor agregado de la experiencia externa, ayudándonos a impulsar contenidos y temas relevantes para los gerentes de ventas. Me siento totalmente respaldada por Tack TMI; la relación se siente más como un socio que como un proveedor..”

LOGROS Y BENEFICIOS ESPERADOS

En los primeros 9 meses después del lanzamiento, la Plataforma de Sales Readiness de Henkel logró más del 55% de compromiso total de usuarios y más del 95% de participación en las series de capacitación vinculadas a ILT como trabajo previo, cumpliendo las expectativas de una plataforma de aprendizaje autodirigido que complementa la capacitación virtual y presencial.

Con esta base, el desarrollo del Sales Readiness Index dará a los gerentes de ventas una visión clara de la preparación y necesidades de capacitación de sus equipos, garantizando una comprensión consistente de las habilidades de ventas fundamentales en toda la organización global y un enfoque estructurado de aprendizaje continuo que genere resultados.

Paul concluye:

“Estamos aprendiendo rápidamente qué tipo de

contenido debemos ofrecer en la plataforma para impulsar un compromiso significativo con nuestros profesionales de ventas. Confiamos en que, a medida que entreguemos los insumos adecuados, obtendremos los resultados esperados, incluyendo:

- Mayores tasas de éxito en ventas.
- Cierre más rápido de proyectos.
- Menores índices de rotación.
- Reducción del tiempo de integración de nuevos vendedores.”

TRABAJAR CON TACK TMI

“Tack TMI nos brinda una excelente gestión como socio. Escuchan nuestras necesidades y entienden nuestros retos de negocio. Una de sus principales fortalezas es la madurez para ser flexibles, ágiles y adaptables.”

Paul Spackman, Director Global de El Campus, Henkel