

La formación como herramienta de negocio

por Nuria Gómez

Directora de Formación de Cetelem España

El departamento de formación de cualquier entidad, financiera o no, asume nuevos retos en época de crisis: potenciar los conocimientos y habilidades que permitan afrontar las dificultades actuales, favorecer y gestionar el cambio, innovar en metodologías más eficaces y adaptadas al entorno, y tener creatividad para dar "más con menos". El objetivo final es mejorar la cuenta de resultados de la compañía y convertirse en un valor añadido para el cliente que nos elige frente a la competencia. Tradicionalmente, lo hacemos teniendo como público objetivo nuestros colaboradores internos, pero hoy, hoy cruzamos la línea para dar un valor directo a nuestro cliente.

Cetelem, entidad especializada en crédito al consumo, filial de BNP Paribas, con más de 20 años de historia en España, da este paso en su firme compromiso por seguir siendo el principal aliado de la distribución de nuestro país, uno de los sectores más afectados por la crisis económica.

La Dirección Comercial de Cetelem consciente de la situación, ha sido proactiva en buscar las herramientas que le permitan acompañar a la distribución en la recuperación de su mercado y ha encontrado en la formación una palanca más para dar un valor añadido.

Algunos de los objetivos a conseguir:

- Mejorar la productividad, entendiendo ésta como número de financiaciones responsables
- Lo que implica conocer y cumplir las normativas de riesgo desde el mismo punto de venta, evitando incidencias y falsos positivos.
- Lo que conlleva un aumento de la satisfacción de los consumidores gestionando sus expectativas desde el principio.

En estrecha colaboración la Dirección Comercial de Cetelem hemos trabajado para reinventar la formación en el punto de venta sin perder de vista los objetivos y conociendo el público objetivo al que nos dirigimos: personal muy joven, conocido como "generación Y", con intereses y motivaciones específicos que necesariamente teníamos que tener en cuenta para ser eficaces en el proyecto.

Así, nacen dos herramientas formativas complementarias:

1) Una nueva guía operativa de financiación más intuitiva y pedagógica:

El contenido lo elaboró Cetelem, experto gestor de crédito al consumo, y Tatum aportó su saber hacer pedagógico y creativo. La nueva guía con un formato atractivo e intuitivo, proporciona la información necesaria respecto al procedimiento a seguir, además de ser una guía de verificación documental y de apoyo en la resolución de dudas. La correcta formalización de la documentación evitará la anulación de operaciones.

2) Un e-learning construido como un videojuego formativo.

Sin perder de vista los objetivos y el público al que va dirigido, nació "Reality Workshop" un concurso interactivo que permite una formación homogénea para todos, disponible 24 horas al día, en cualquier localización geográfica.

Un presentador de TV, un jurado, unos concursantes situados en un megastore y un plató de televisión, todos ellos virtuales, acompañarán a los comerciales de los puntos de venta en el aprendizaje de los conocimientos de financiación del consumo. Éstos ayudarán a los concursantes virtuales en sus pruebas, el jurado valorará las situaciones vividas aportando recomendaciones y el presentador nos facilitará el conocimiento para hacer nuestras pruebas. La acción se organiza según

nuestras tres grandes áreas de financiación: Financiación a Autónomos, Financiación a Pensionistas y Financiación a asalariados.

Raccoon, empresa especializada en formación e-learning, con su gran creatividad nos ayudó a construir un juego formativo que crea adicción. Una vez empezado el curso, no se deja sin saber qué concursante ganará, que pruebas pasará.....y antes de que el profesional se dé cuenta....ya sabe todo lo necesita para ser experto en financiación de consumo.

Este proyecto supone un paso más en el concepto de formación como valor añadido para nuestros partners. Ponemos nuestro saber hacer al servicio del cliente, con una repercusión directa sobre nuestros parámetros de negocio más valiosos: el servicio al cliente y la mejora de productividad. Esto sólo se consigue cuando Negocio y Formación caminan de la mano.