

Mind



Как получить скидку по видео? Опыт Volvo Car Russia

Предпосылки проекта

Volvo прирастает
российскими регионами



В России Volvo осуществляет производство, продажу и сервисное обслуживание автомобильной

техники. Штат компании в России насчитывает около 1800 сотрудников. Продажи осуществляются через разветвленную дилерскую сеть, которая охватывает сегодня более чем 40 городов по всей стране и динамично развивается. Для поддержания высокого уровня сервиса в компании налажено системное обучение дилеров: у компании достаточно

сложный продукт — автомобиль, который периодически обновляется и требует постоянного апгрейда знаний и квалификаций, как продавцов, так и сотрудников сервисных центров.

Территориальная распределенность дилерской сети, сосредоточенной в разных часовых поясах, затрудняет оперативное общение, информирование и обучение сотрудников из регионов. Собрать в одном месте представителей всех центров, например, на тренинг, и сложно, и дорого. Учить индивидуально или маленькими группами — большие затраты рабочего времени.

Результат

Увеличилось количество тренингов для дилеров

Сократилось время обучения

Дилеры снизили расходы на обучение и командировки

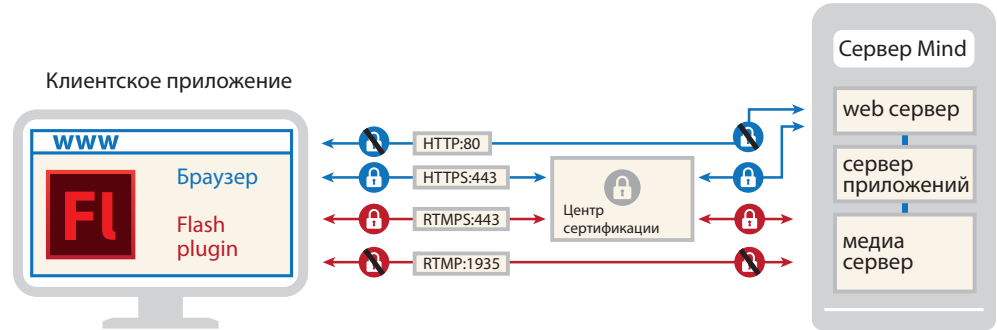
Бизнес-задача

Как обучить 40 дилерских центров одновременно?

С ростом сети и динамики бизнеса в целом проблема потребовала радикального решения — переход на системное дистанционное обучение различных категорий сотрудников: маркетологов, продавцов, ИТ-специалистов и т. д. с возможностью визуальной коммуникации и обратной связи.

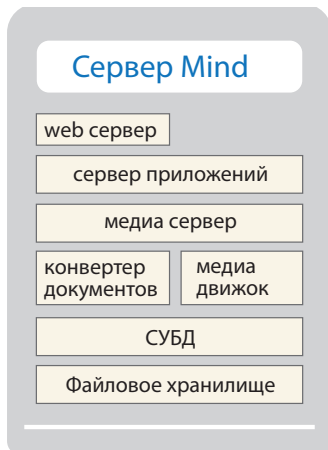
Актуальность видеокommunikаций возросла также в связи с запуском таких проектов как «Оценка удовлетворенности клиентов» и «Анализ финансово-управленческой отчетности» дилеров. Согласно требованиям

этих проектов дилеры должны регулярно предоставлять различные данные в центральный офис, после чего происходит анализ и работа над выявленными показателями в рамках ежеквартальных планов. Результаты проектов напрямую влияют на получение дилерами переменной дилерской скидки, а значит находятся у них в особом приоритете. Их реализация подразумевает тесное взаимодействие дилеров с сотрудниками Volvo Car Russia по согласованию действий, контролю исполнения и анализу результатов.



Решение

просто, надежно,
круглосуточно



Основными требованиями к решению, которые Volvo Car Russia определила как приоритетные и предъявляла на этапе выбора, были следующие:

простота использования: сервис использует очень много людей разного уровня квалификации и технической «продвинутости», и каждый из них должен был разобраться самостоятельно, так как компания не может настраивать сервис для каждого из них

- ◇ надежность работы: связь должна поддерживаться на стабильном уровне независимо от количества участников, качества и мощности канала в регионе
- ◇ хорошо функционирующая служба поддержки 24x7.

подобные тренинги не реже 1 раза в месяц. Количество одновременно подключаемых участников достигает 25 человек.

- ◇ За год использования видеотренингов компания существенно оптимизировала процесс обучения. Эффективность повысилась за счёт возможности доносить необходимую информацию дистанционно, сокращать время и расходы дилеров на прохождение тренингов и одновременно увеличивать их количество. При этом у Volvo Car Russia появилась возможность приглашать большее количество сотрудников дилерских предприятий для одновременного участия в дистанционном обучении.
- ◇ Дилеры получили не только существенную экономию на командировках сотрудников, но и более насыщенный контакт со специалистами из центрального офиса. Наличие визуального контакта в процессе совещаний влияет на их финансовые показатели: эффективность переговоров в рамках проектов «Оценка удовлетворенности клиентов» и «Анализ финансово-управленческой отчетности» с точки зрения достижения консенсуса и взаимовыгодных решений увеличилась в разы.

Результаты проекта

Тренингов больше, расходов меньше, а главное — полное взаимопонимание!

По итогам тендера, в рамках которого анализировались и тестировались решения от различных производителей, компания остановила свой выбор на SaaS решении Mind с возможностью одновременного подключения до 100 участников и использованием следующих технологий:

- ◇ Volvo Car Russia проводит вебинар-тренинги по новым продуктам для дилерских центров 1–2 раза в месяц или порядка 20 в год. Специалисты отдела технического обучения так же проводят

Антон Свекольников

Менеджер по связям
с общественностью Volvo Car
Russia

«Дилерская сеть Volvo распределена по всей стране, в разных часовых поясах, что затрудняет оперативное общение. Собрать в одном месте представителей всех центров, например, на тренинг, и сложно, и дорого. Учить индивидуально или маленькими группами - большие затраты рабочего времени. Раньше эта проблема решалась за счет аудиосвязи - конференц-колов, но в этом решении был существенный минус - отсутствие возможности что-либо показывать - презентации, графики, что особенно важно для эффективного тренинга. Можно было только слушать. Для нас это существенный минус: новую модель автомобиля очень сложно обсуждать, не имея возможности продемонстрировать аудитории все ее особенности»



123290, Москва,
1й Магистральный тупик, 5А,
БЦ «Магистраль Плаза», офис В 502

+7 (495) 221-01-31
info@mind.com
www.mind.com