

# Decathlon revoluciona el desarrollo profesional de sus directores de tiendas en Francia gracias a los videojuegos

### Videojuegos de:

- ☒ Formación
- ☐ Productividad
- ☐ Comunicación

### Dirigido a:

- ☒ Empleados
- ☐ Clientes
- ☐ Partners

### Departamento

- ☒ RR. HH.
- ☒ Ventas
- ☐ Marketing

**DECATHLON**

### Usuarios:

Directores de tienda

### País:

Francia

### Reto:

Desarrollar a sus líderes

### Solución:

Videojuegos formativos para desarrollar soft-skills.

### Resultados:

↑ **98%**

Aplicabilidad

↑ **85%**

Recomendación

↑ **7,8**

Nota media

## El reto de desarrollar de forma eficiente e innovadora a líderes en puntos de venta

Según la responsable de formación de Decathlon Francia es vital desarrollar y motivar convenientemente a sus responsables de tiendas. En este caso, eran varios los factores les servían de motor para la utilización de videojuegos y simuladores:

- El contexto de digitalización intensa de la formación especialmente desde 2020.
- Se detectó que era necesario innovar para que la estrategia formativa dirigida a estos perfiles con roles de liderazgo resultara atractiva.
- Había bastante interés por introducir la gamificación *online* en el programa de desarrollo de los coordinadores de tiendas.



## Videojuegos como clave para mejorar el *engagement* de la formación de los directores de tienda

En Decathlon Francia han optado por un método formativo más dinámico e inmersivo para simular situaciones reales del día a día de un/a director/a de tienda: el videojuego. Con él han conseguido:

- Encajar como esperaban con la cultura de *management* de la compañía.
- Renovar los métodos de formación de los directores de tienda.

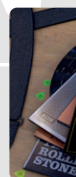
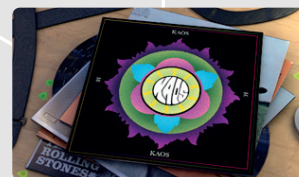
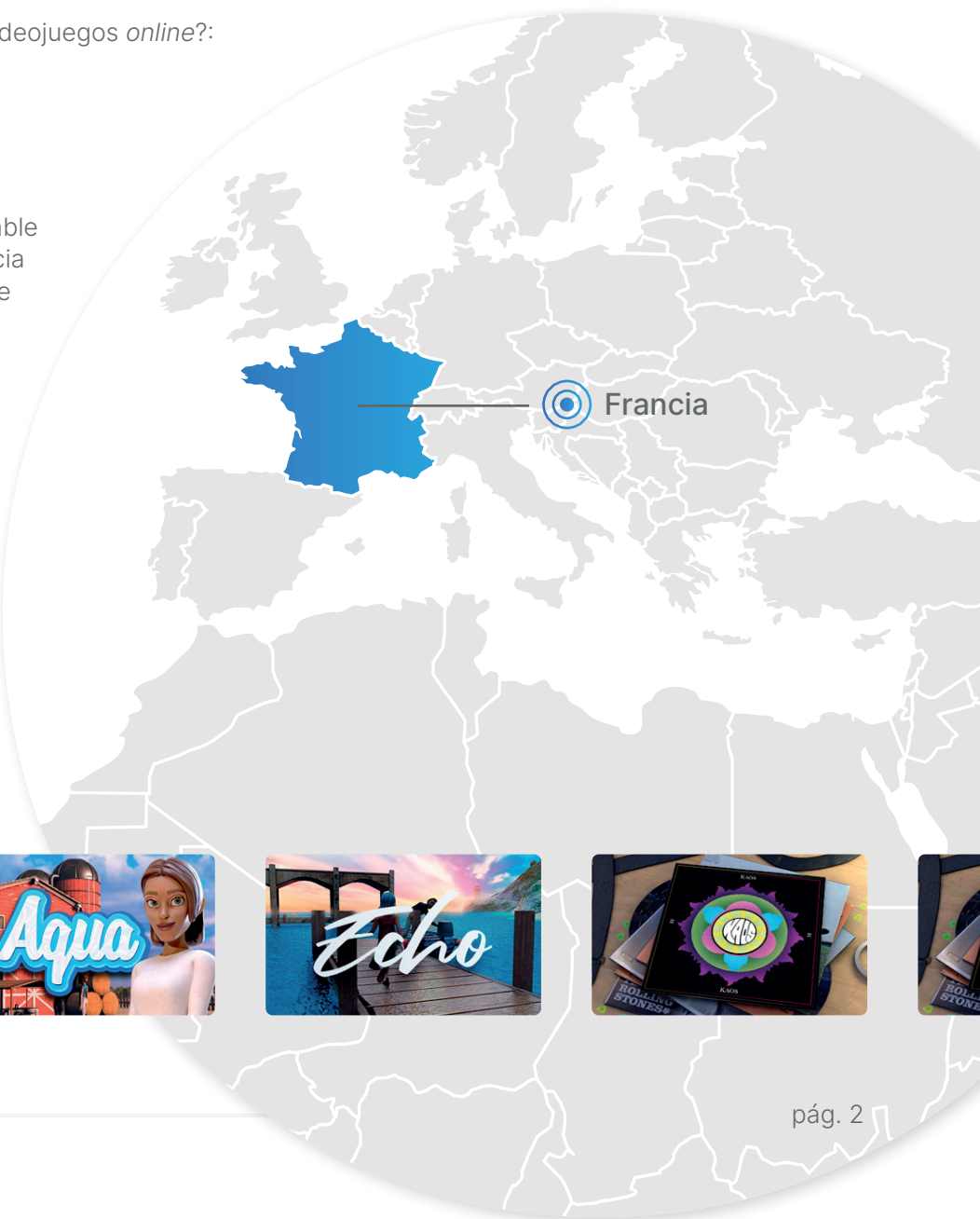
Fases de implementación:

1. Primero, 250 directores de tiendas realizaron el curso de gestión de equipos en forma de videojuego **Pacific**.
2. Una vez completada esa fase del programa, comenzaron a ejecutar las siguientes con el uso de distintos videojuegos para desarrollar otras habilidades de gestión y dirección de equipos, como *coaching*, dar y recibir *feedback*, resolución de conflictos, delegación eficaz de tareas, etc.

¿Cómo se puede acceder a los videojuegos *online*?:

- Con usuario y contraseña
- A través de código QR

La opción elegida por la responsable de Formación de Decathlon Francia para los directivos y *managers* fue la primera, vía email. La segunda opción es más habitual cuando el videojuego se desarrolla para clientes finales, con algún propósito de comunicación de marca y/o entretenimiento, pues no hay por qué introducir ningún dato y es una fórmula más directa.



## Satisfacción entre los jefes de tienda con el videojuego como método formativo

La gran mayoría de jefes de tienda en Decathlon Francia ha realizado los diferentes cursos en forma de videojuego desarrollados por Game Strategies y eso ha permitido que la compañía haya integrado esta metodología formativa en su ecosistema.

Hasta ahora Decathlon ha apostado por utilizar videojuegos de aprendizaje. Sin embargo, la aplicación del videojuego puede ser variada, por ejemplo, con:

- Videojuegos de productividad, para alcanzar de forma más rápida y eficaz los objetivos de cualquier unidad de negocio y mejorar los resultados, gracias a la gamificación.

- Videojuegos de comunicación, que pueden dirigirse a los clientes y potenciar su fidelidad o asociar la marca a cualquier valor relevante y de interés para la compañía.

El uso de videojuegos formativos en Decathlon Francia ha tenido un retorno muy positivo. Los *managers* coinciden en que es un tipo de formación entretenida y lúdica, que no descuida su utilidad para afrontar situaciones reales que viven a diario en la tienda durante el desempeño de su rol.

- Otorgan a los cursos un 8 sobre 10.
- El 85% de ellos recomendaría este tipo de formación.
- El 98% afirma que lo aprendido en los videojuegos de Gamelearn es directamente aplicable a su vida diaria y que ha interiorizado fácilmente lo que transmitían.

Aplicabilidad

+ 98% ↑↑

Recomendación

+ 85% ↑↑

Nota media

7,8 



## El futuro del uso de los videojuegos en Decathlon

Es evidente que los videojuegos han contribuido a mejorar la percepción de la oferta formativa para un perfil concreto de empleado en Decathlon Francia. La empresa ahora está considerando aprovechar las ventajas de este formato para:

- Desarrollar el talento de otros miembros de la plantilla.
- Mejorar los *onboardings*.
- Enganchar más con la formación operativa.

Los videojuegos de productividad también se pueden convertir en una gran oportunidad para mejorar los KPIs y alcanzar los objetivos de equipos específicos elevando, en consecuencia, su ROI.

Además, a través de videojuegos de acceso directo con QR, Decathlon podría:

- Impactar a sus clientes, logrando que compartan los valores y los hábitos que promueve la marca.
- Transmitir a sus compradores mensajes de marca positivos.
- Invitarles a participar en sus promociones o programas de fidelización.
- Mejorar su experiencia de usuario en tiendas físicas u *online*.
- Crear parte del metaverso de Decathlon.

Los videojuegos pueden transformar las mentes, ofreciendo actividades experienciales y sensoriales únicas, y en el mundo del deporte, ¡mucho más!

Si quieres saber más sobre Game Strategies y su tecnología para desarrollar videojuegos a medida, por favor, ponte en contacto con [elsal@game-learn.com](mailto:elsal@game-learn.com).

