

Caso de Uso L'Oréal

"Jugar es una herramienta clave que usamos para involucrar a los empleados de L'Oréal", Eric de la Tour, director de Excelencia Empresarial.

L'ORÉAL

- **Empresa:** L'Oréal
- **Industria:** Cosmética
- **Datos del programa:**
La importancia del aprendizaje combinado para mejorar las habilidades de sus equipos de ventas.
- **Solución:**
Metodología Game based learning



Eric De La Tour, director de Excelencia Empresarial en L'Oréal, responde algunas preguntas sobre su visión de la formación corporativa, basada en su experiencia con el equipo comercial de esta empresa francesa de cosméticos.

¿Cuál es su rol en L'Oréal?

Soy responsable de la excelencia del servicio comercial en la división de productos profesionales de L'Oréal Francia.

Uno de mis principales objetivos es mejorar las competencias de todos los equipos de ventas, apoyar su transformación y afrontar los nuevos desafíos. En esencia, mi objetivo es garantizar la empleabilidad del equipo.

¿Qué tipos de perfiles forman? ¿En qué áreas?

Como prioridad, formamos a nuestros vendedores y a sus managers. En Francia, contamos con 160 "business partners" y unos treinta managers.

Los business partners acompañan a nuestros clientes en su desarrollo. Deben adoptar un enfoque centrado en el cliente y tener la capacidad de impulsar tanto los salones de belleza de los clientes como el propio mercado, creando nuevos estándares.

Al mismo tiempo, formamos a nuestros equipos de cuentas clave en el arte de estructurar el plan de negocio y la negociación. En cuanto a los managers, la prioridad se centra en su rol como coaches.

"Jugar es, sin duda, una forma clave de involucrar a los empleados, independientemente de su edad. Todos llevamos un jugador dentro..."

Eric de la Tour | director de Excelencia Empresarial en L'Oréal.

¿Qué métodos de formación utilizan actualmente (presencial, mixto, digital)? Si es una combinación, ¿cómo se complementan entre sí?

La formación que ofrecemos debe ser mixta. Es blended porque, ante todo, debemos asegurarnos de que el contenido se retenga, algo que no siempre se ha tenido suficientemente en cuenta en el pasado debido a limitaciones financieras y de tiempo. Por ejemplo, configuramos ejercicios previos al curso de forma digital para concienciar a los alumnos sobre el tema (autodiagnóstico, fase previa de información, etc.). Luego, se añade la formación presencial durante uno o dos días. También ofrecemos acompañamiento en el terreno a través de los managers y seguimiento mediante cápsulas de aprendizaje de una hora que se integran en nuestras reuniones de agencia. En 2020, queremos crear una aplicación de "performance learning" que nos permita validar los conocimientos adquiridos. Una de mis prioridades es "anclar" nuestras formaciones. Es fundamental poder medir el ROI de un programa formativo. También es vital que cada colaborador se convierta en un generador de cambio, alguien responsable del crecimiento de sus propias competencias y de su empleabilidad.

Para ello, también les damos acceso a un catálogo de formación estándar y a MOOCs.

¿Cuáles son los desafíos en el desarrollo de competencias y conocimientos para los próximos cinco años?

Muchos expertos afirman que las competencias se vuelven obsoletas al cabo de cinco años. Dicen que un nuevo profesional realizará quince trabajos diferentes, la mitad de los cuales aún no existen.

Por tanto, debemos trabajar tanto las competencias técnicas (hard skills) como las habilidades blandas (soft skills). Hay que aceptar el "desaprendizaje" y apostar por el propio camino de desarrollo, así como asumir la responsabilidad del autoaprendizaje. En otras palabras, no debemos esperar que la empresa lo proporcione todo.

¿Cree que las soluciones de Game Strategies están en sintonía con esta evolución en el mundo de la formación? Y si es así, ¿qué opina de este enfoque?

Sin duda, forma parte del rompecabezas, es uno de los elementos del aprendizaje combinado.

Para ser muy específico, compartiré las primeras palabras que escuché del equipo que participó en el piloto con este serious game: "Es un método de aprendizaje interactivo, divertido y adictivo (en el buen sentido de la palabra). Una formación desde un ángulo lúdico, con mensajes formativos de calidad (claros, precisos, concisos)."

Dentro de la combinación de métodos para mejorar las habilidades de negociación, el aprendizaje basado en juegos es imprescindible y debe estar anclado a otras modalidades de formación, como las reuniones presenciales y los seguimientos.

