



Geomanaging es una empresa joven que se dedica a formaciones en el punto de venta, es un sector en fuerte crecimiento

¿Nos puede presentar su empresa Geomanaging en España? ¿Cuáles son los objetivos a corto plazo que se han marcado?

Geomanaging es una empresa joven que se dedica a formaciones en el punto de venta, es un sector en fuerte crecimiento que necesita una constante adaptación al mercado. Los productos son cada vez más competitivos, mas técnicos y necesitan ser prescritos. Por eso, Geomanaging trabaja principalmente en dos líneas complementarias: las formaciones presenciales en los puntos de venta y las formaciones e-learning. Aunque llevamos menos de dos años en el mercado, ya disponemos de clientes importantes en el sector de la electrónica de consumo. Los objetivos de Geomanaging son claros: generar valor en el punto de venta formando a los vendedores de tiendas.

El e-learning se está configurando como una oportunidad muy interesante para la formación. ¿Nos puede dar a conocer sus cursos de formación de vendedores y las experiencias en otros países de nuestro entorno?

Existen dos tipos de formaciones e-learning para el punto de venta:

- La formación de técnicas de venta para el vendedor. Este tipo de formación permite transmitir los valores de la empresa, su filosofía de cara al cliente. Muchos distribuidores ya la utilizan en Europa y España como es el caso de Carrefour, Darty y Grand Optical, aunque no está generalizado.

- La formación de producto y de tecnología suele ir a cargo del fabricante que quiere que el vendedor conozca su producto para prescribirlo adecuadamente. El e-learning tiene una gran ventaja para los fabricantes: permite llegar a todos los vendedores en muy poco tiempo y a

Los objetivos de Geomanaging son claros: generar valor en el punto de venta formando a los vendedores de las tiendas

un coste muy accesible. BMW, por ejemplo, ha utilizado hace poco nuestras soluciones para presentar sus innovadoras motos.

Nuestra revista se dirige a las tiendas de electrodomésticos, la mayoría afiliadas a abanderamientos de los grupos horizontales y verticales. ¿Qué obtendrán de la implantación de planes específicos de formación e-learning como los suyos?

Para los grupos las ventajas son claras:

- Poder uniformizar el nivel de conocimiento técnico de los vendedores de tienda.
- Informar sobre la filosofía de la cadena (importante en los grupos horizontales donde se puede perder la comunicación)
- Mejorar y uniformizar la atención al cliente.

En definitiva, es un vehículo real para transmitir directamente desde dirección los ejes estratégicos y la visión del futuro a la tienda.

Pensando en que cualquiera de estos grupos tienen más de quinientos vendedores en su organización, ¿nos puede dar una idea aproximada de los presupuestos a manejar, y cuáles serían los pasos a dar?

Es difícil hablar de un presupuesto estándar, aunque sí podemos decir que el coste de una formación por e-learning es el 20% inferior a una presencial.

Respecto a nuestra oferta, disponemos de packs que permiten por un coste reducido poder formar a vendedores, sin necesidad de servidores y de conocimientos técnicos. Las herramientas de que disponemos permiten que cualquiera pueda generar sus propios cursos por e-learning y gestionar las formaciones directamente desde nuestro servidor, lo que abarata muchísimo el coste.

Durante el proceso y una vez finalizado, ¿hay forma de evaluar el progreso en los vendedores participantes?

Desde luego. Es muy difícil evaluar las formaciones presenciales, pero con el e-learning tenemos la posibilidad de evaluar en tiempo real el conocimiento del empleado. Geomanaging dispone de más de 46 actividades diferentes para poder evaluar al empleado. Además, en función de sus respuestas, el curso se adapta para garantizar la comprensión de los conceptos.

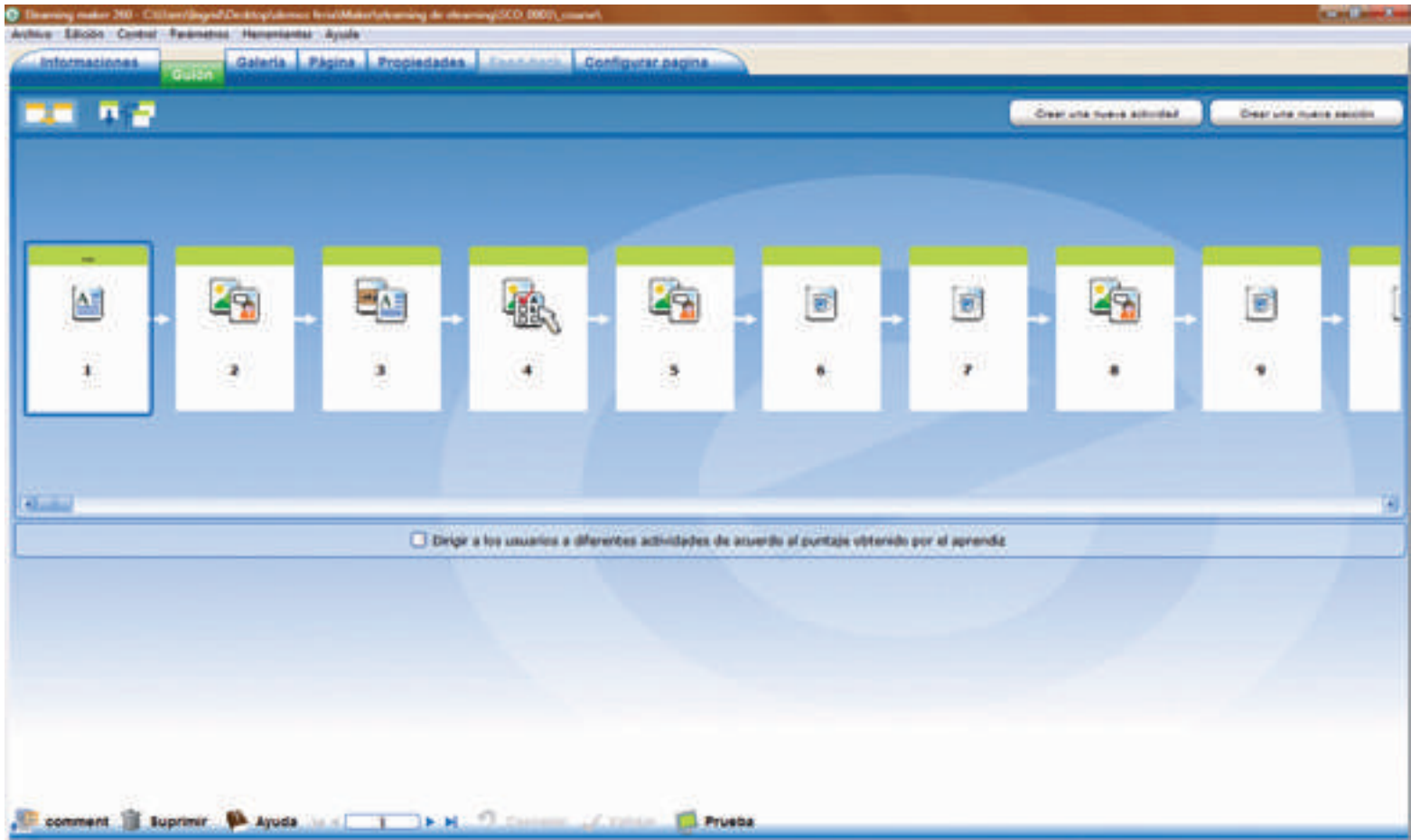
Siendo formación electrónica y a distancia, la web de la empresa formará parte fundamental del proyecto. ¿Qué se puede encontrar en ella?

La plataforma de e-learning de Geomanaging permite no sólo gestionar los cursos y los alumnos, sino también:

- Obtener estadísticas detalladas sobre los resultados de los cursos por cada alumno.
- Gestionar las formaciones presenciales.
- Gestionar las video conferencias e invitar a los alumnos.
- Dispone además de un foro, de gestión de e-mails, de gestión de documentación (como por ejemplo guía de ventas, documentos en Word, PDF, Excel propios a la empresa).

Por último, ¿queda algo más por indicar respecto a Geomanaging, su forma de trabajar o los cursos que ofrece actualmente?

Sobre todo, que tenemos capacidad de gestionar y generar cursos específicos para nuestros clientes. Geomanaging aporta un gran know how en este mercado gracias a nuestra experiencia en la dirección de marketing dentro de una gran compañía de electrónica de consumo.



José Manuel Alves

Director General de Geomanaging

Geomanaging es una empresa joven, creada en el año 2006 por profesionales del marketing que aportan conocimiento y experiencia. La empresa se ha esforzado en poseer una plataforma informática innovante que permite administrar on-line tanto su base de dato clientes (en B2B) así como la red comercial de sus propios clientes con el fin de optimizar el flujo de información. El objetivo es el de formar al comercial con la información de los productos y su valor añadido, con un bajo coste, con el fin de que éste los prescriba.