

de 28 a 31 de
Agosto de 2010—BEAUTY FAIR—
Feira Internacional de Cosméticos e BelezaBEAUTY FAIR
NEGÓCIOSBEAUTY FAIR
HAIRBEAUTY FAIR
MANICUREBEAUTY FAIR
ESTÉTICAFaltam **108** dias para Beauty Fair 2010

Quem vive de beleza se encontra aqui.

Buscar por...

Home > Negócios > Gestão

Beauty Fair

Conheça o evento

Dados da Feira

Equipe Beauty Fair

Circuito Educacional

Mapa da Feira

Onde Acontece

Como chegar

Viagem e Hospedagem

Transporte Gratuito

Caravanas

Credenciamento de
Visitantes

Conheça São Paulo

Opinião

Expositores

Como ser Expositor

Lista de Expositores

Manual do Expositor

Serviços ao Expositor

Eventos
simultâneos

Inscrição Congressos

Congresso de Estética

Simpósio de Podologia

Jornada de Massoterapia

Fórum Clínicas e Spas

Workshops Estética

Congresso Manicure

Summer Collection

Workshops Cabelos

Fórum de negócios

Workshops Negócios

Mega Show Alfaparf

Gestão Negócios de
BelezaEspaço do
Profissional

Sindicatos e Associações

Retrospectiva
2009

Fotos Hair 2009

Fotos Manicure 2009

Fotos Negócios 2009

E-learning avança nas empresas

Sexta, 07 de Maio de 2010 - 11:00:07 (Brasília)

60 leitores | Tamanho da letra A⁻ A⁺

Imagine a seguinte situação: a sua empresa vai lançar um produto revolucionário, com uma nova tecnologia e vários diferenciais que vão deixar a concorrência de joelhos. A embalagem é linda e vai garantir um bom destaque nas prateleiras. O material promocional também é de primeira. Tudo converge para um grande sucesso de vendas.

Mas, e as centenas de promotoras da marca espalhadas por todo o Brasil? Elas estão prontas para apresentar tantos diferenciais aos clientes? Treinar a equipe apenas com o material impresso, geralmente um informativo técnico do produto, cuja linguagem é muitas vezes excessivamente técnica, ou, em outros tantos, casos excessivamente básica, é algo que os executivos mais experientes sabem que não funciona. Seja pela linguagem, ou mesmo pela simples falta de interesse em ler e entender o material, o material impresso tem limitações para um público que em geral é formado por pessoas com um baixo nível de escolaridade.

A solução então é realizar treinamentos com todas as centenas de promotoras. Mas como viabilizar a logística e os altos custos envolvidos nessa operação? Uma solução cada vez mais usada pela indústria, e também por grandes redes varejistas, é a educação remota à distância. “Uma enxurrada de novos produtos invade o mercado quase que diariamente e as marcas já entenderam que para sobreviver a uma concorrência tão acirrada é preciso informar esse mercado em tempo real sobre as novidades disponíveis e, principalmente, sobre os diferenciais de cada produto”, garante o porta-voz da **Digital SK**, Romain Mallard, uma das empresas que fornece ferramentas de-learning no Brasil.

A multinacional francesa L'Oréal utiliza a educação à distância especialmente para capacitar a equipe de Beauty Advisors (promotoras), os profissionais do SAC, e a equipe de vendas que atende aos PDVs. Basicamente o foco está nos grupos que lidam com a comercialização e o atendimento direto aos consumidores. Dona de reconhecida expertise em treinamentos, a L'Oréal prioriza a produção de conteúdos digitais e, a adaptação de treinamentos existentes para o novo formato. A empresa também investiu na customização da plataforma virtual, onde o conteúdo e as aulas estão disponíveis, e no serviço de monitoramento para acompanhar cerca de 400 alunos por mês.

O laboratório brasileiro Biolab, também investiu na criação do portal Centro de Treinamento e Desenvolvimento Biolab. À partir dele foi possível implementar um sistema de treinamento que consiste na midiáticação e revisão dos conteúdos de 50 fichas utilizadas nos treinamentos presenciais, que acontecem três vezes ao ano. O objetivo desses encontros é treinar 800 colaboradores em todo o país, entre gerentes e representantes de vendas. “Além da atualização ágil e da redução de custos, os treinamentos à distância são mais eficazes porque conseguimos manter uma mensagem uniforme com todos os nossos colaboradores espalhados pelo Brasil”, afirma Taisa Vieira, gerente de treinamento da Biolab.

“O uso do e-learning nas organizações para realizar a gestão do capital humano não é mais algo para o futuro; já virou peça-chave para quem deseja se manter no mercado”, condui Romain Mallard, da Digital SK.