

Citroën treina 950 colaboradores a distância

Cerca de 950 colaboradores das Concessionárias Citroën no Brasil (www.citroen.com.br), montadora francesa com 140 concessionárias em todo o Brasil, vão receber a partir de novembro de 2010, o treinamento a distância desenvolvido pela Digital SK (www.digitalsk.com.br), empresa franco-brasileira que desenvolve soluções completas, abertas e integradas de e-learning para projetos de educação corporativa e acadêmica.

Inicialmente serão oferecidos os cursos “História da Marca” e “Cit-Le@rning”, que contem informações essenciais para todos os colaboradores da rede Citroën, que devem absorvê-las antecipadamente, para depois iniciarem os treinamentos mais técnicos, referentes às suas funções dentro das concessionárias.

Os próximos módulos técnicos referem-se aos temas de: “Metrologia”, “Normas & Métodos”, “Oficina Básica” e “Elétrica Básica”. A Digital SK desenvolveu cada curso com duração média de 30 minutos, direcionados aos colaboradores de pós-venda e técnicos das oficinas das concessionárias Citroën, entre eles, 700 mecânicos e 250 consultores técnicos.

“Entre as vantagens do treinamento a distância estão a disponibilidade imediata dos cursos, de acordo com o tempo disponível dos alunos, o tempo reduzido de treinamento e a possibilidade de refazer a sequência dos módulos caso o colaborador tenha dúvidas”, afirma Alfredo Trindade, coordenador de Treinamento do Pós-vendas da Citroën.

Sobre a Digital SK - A Digital SK (www.digitalsk.com.br) é uma empresa franco-brasileira, certificada pela norma ISO 9001:2008, que desenvolve soluções completas, abertas e integradas de e-learning para projetos de educação corporativa e acadêmica. Através de conteúdos de qualidade e tecnologias inovadoras desenvolvidas em conjunto com parceiros internacionais, a Digital SK permite a organizações públicas e privadas desenvolver e conduzir treinamentos mais eficientes, alinhados aos seus objetivos estratégicos. Presente no mercado brasileiro há cinco anos, atende clientes nos mais variados segmentos como Citroën, L’Oréal, HSBC, Volvo, Renault, Electrolux, CPFL, Hospital Albert Einstein, Boehringer-Ingelheim, SENAC, SEBRAE, SENAI, entre outros.

Novembro/2010