

Montserrat Sanchez, socia directora de talentiam

La mejor fórmula es dotar a los profesionales de la formación necesaria para su desempeño

Especialistas en Recursos Humanos y expertos en retail, talentiam es la primera consultora de Recursos Humanos en España cuyos servicios de selección, formación y desarrollo de profesionales están enfocados de manera exclusiva al sector retail (moda, distribución y comercio y centros comerciales).

Cuando en 2003 se creó talentiam se tuvo muy clara la misión de la empresa: profesionalizar el sector *retail*-moda. No podíamos entender que la gran mayoría de los profesionales que trabajan en nuestro sector no visionaran las oportunidades de desarrollo que tenían delante y simplemente vieran su trabajo como un medio para lograr sus inquietudes profesionales fuera del mismo. De ahí el proponernos el objetivo de hacerles protagonistas del sector.

En esta línea no sólo hemos trabajado con nuestros clientes en la selección de aquellos profesionales que, por las necesidades de cada empresa, son los más adecuados, si no que estamos enfocados en darles las herramientas necesarias a través de la formación para aprovechar la situación actual como una oportunidad.

Al igual que los departamentos de RRHH de nuestras empresas-clientes creemos que, bajo el escenario económico actual, la mejor fórmula con la que contamos es dotar a los profesionales de la formación necesaria para rentabilizar al máximo su desempeño.

Tenemos presente en todo momento la importancia del retorno de toda acción formativa, no sólo en el desempeño de los asistentes sino también a la propia organización

Dentro de la particularidad del sector *retail*, el punto de venta se ha convertido en una de las prioridades para cualquier empresa. No podemos olvidar

que es el punto crítico donde terminan analizándose el "performance" de todos los profesionales que trabajan en central y en aquellos departamentos satélites a la tienda.

¿Cómo es posible aumentar las ventas y la productividad del punto de venta en un momento de recesión?

¿Cómo podemos hacer para, teniendo un producto adecuado a las necesidades de nuestros clientes, lograr el éxito de nuestro negocio?

Este es uno de los enfoques que actualmente estamos trabajando con nuestros clientes. A través del

conocimiento de las palancas "ocultas" en el proceso de venta en la tienda podemos conseguir que la experiencia de compra por parte de nuestro cliente objetivo sea más positiva para él y más eficiente para nuestros equipos y organización.

La idea es sacar mayor rendimiento de las visitas del cliente a nuestros establecimientos, facilitar y hacer más sugerente el momento de la compra, fidelizar a nuestra clientela apoyándonos en un mejor servicio e incrementar el ticket medio; todo ello sin necesidad de incrementar los recursos disponibles en la actualidad con lo cual aumentaremos de manera automática la productividad de nuestros equipos.

Para ello tenemos que implicar a nuestros embajadores de marca, a nuestros profesionales del punto de venta, en nuestros objetivos como empresa. Formarles en la interpretación de aquellos indicadores que les permitan adecuar sus acciones comerciales además de, a las necesidades de cada cliente, a aquellos aspectos que mejoren su desempeño, su rentabilidad y, por consiguiente, los objetivos establecidos.

Paralelamente, obtendremos, según nuestra experiencia, una mejor atención al cliente, asignatura pendiente en el *retail* de nuestro país tal como nos manifiestan continuamente los profesionales del sector.

Este caso concreto es un ejemplo de las propuestas que desde el área de Formación y Consultoría de talentiam -*retail development center*- ofrecemos a nuestros clientes. Tenemos presente en todo momento la importancia del retorno de toda acción formativa, no sólo en el desempeño de los asistentes a la formación si no también en la propia organización. Más aún, son los propios profesionales del sector los que valoran contar con herramientas que argumenten la implicación de cada decisión en la cuenta de explotación y en sus objetivos individuales o globales.

El éxito de cada acción formativa bajo este prisma radica en adecuar los contenidos a la realidad de cada negocio y de cada equipo, buscando siempre las sinergias con el sector, aprovechando las *best practices* de otras empresas, pero sin perder la particularidad de cada empresa ■

