

Case

Change

Højere salgstal og større produktkendskab med hjælp fra platform

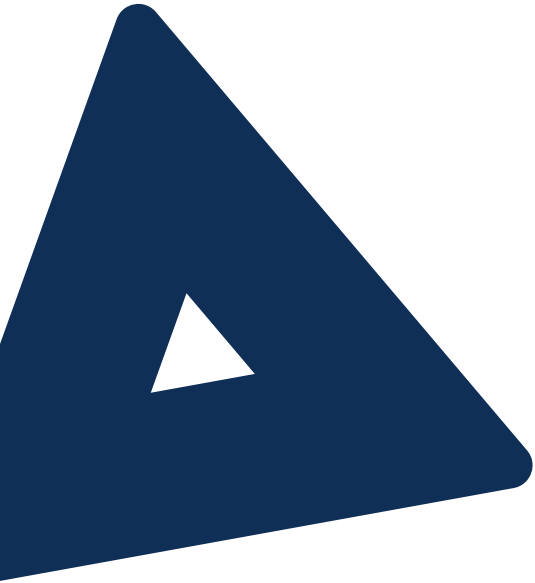
learningbank 





I denne case kan du læse, hvordan lingeri-kæden Change:

- Bruger Learningbanks Learning Lifecycle Platform til at give bedre produktkendskab med hjælp fra video
- Har gennemførselsrater på mere end 95 % på onboarding og GDPR i udvalgte lande og brands under Change, samt høje gennemførselsrater på læringsindhold om visual merchandising og produktkendskab
- Får højere salgstal på de specifikke produkter de sender læringsindhold ud omkring til medarbejderne
- Blended learning er blevet en del af kulturen i Change



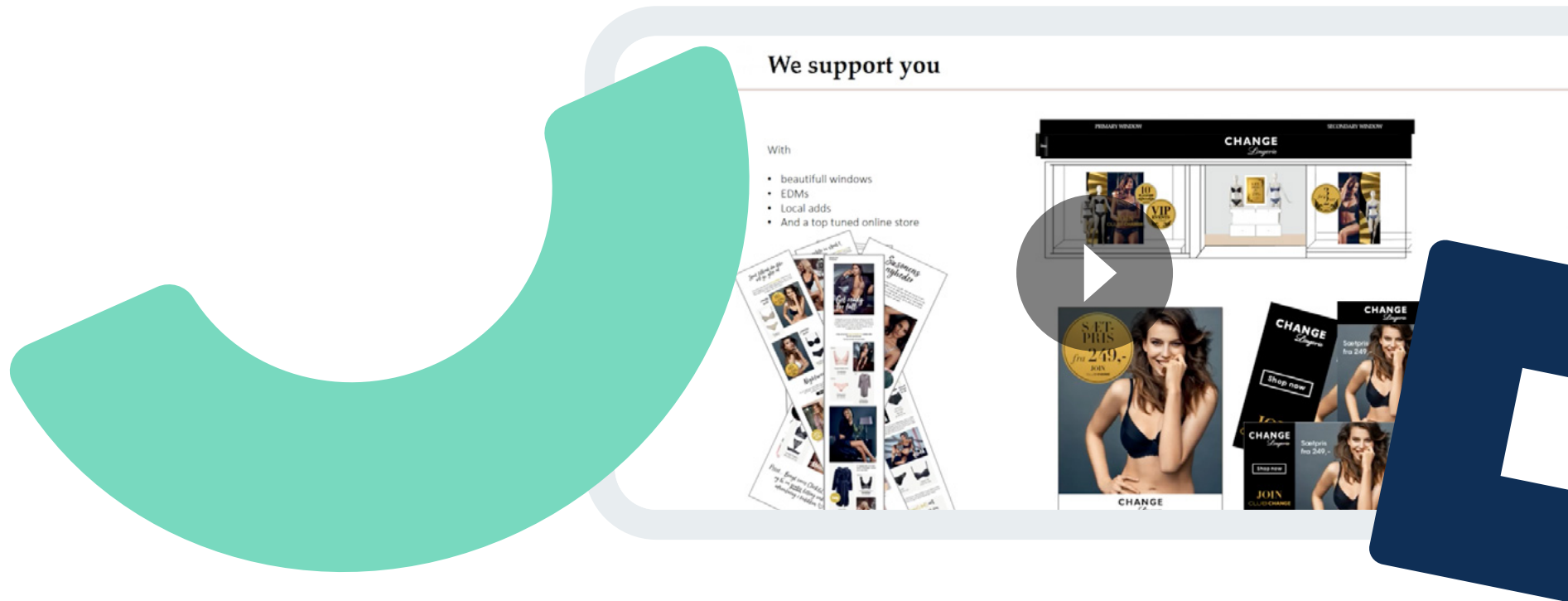
Om Emil Solhøj Nørgaard

Emil Solhøj Nørgaard er International Retail Coordinator i Change, hvor han sidder med en stor supportfunktion til partnerne i de forskellige lande. Han er ansvarlig for at back-office bliver koordineret til kollegaer med landeansvar, samtidigt har han daglige operationelle opgaver, hvor han sørger for at kollegaer i butikkerne ikke oplever udfordringer i deres arbejdsdag. Emil har en uddannelsesmæssig baggrund i Kinastudier fra Aarhus Universitet og en kandidat fra CBS i Social Science in Organizational Innovation & Entrepreneurship.

Om Change

Change Lingerie åbnede deres første butik i 2001 og har nu mere end 200 butikker verden over. Changes vision er at være til at betale, samtidigt med at de er moderne og innovative med det perfekte fit uanset kropsbygning og størrelse.





En effektiv budbringer der giver højere salgstal

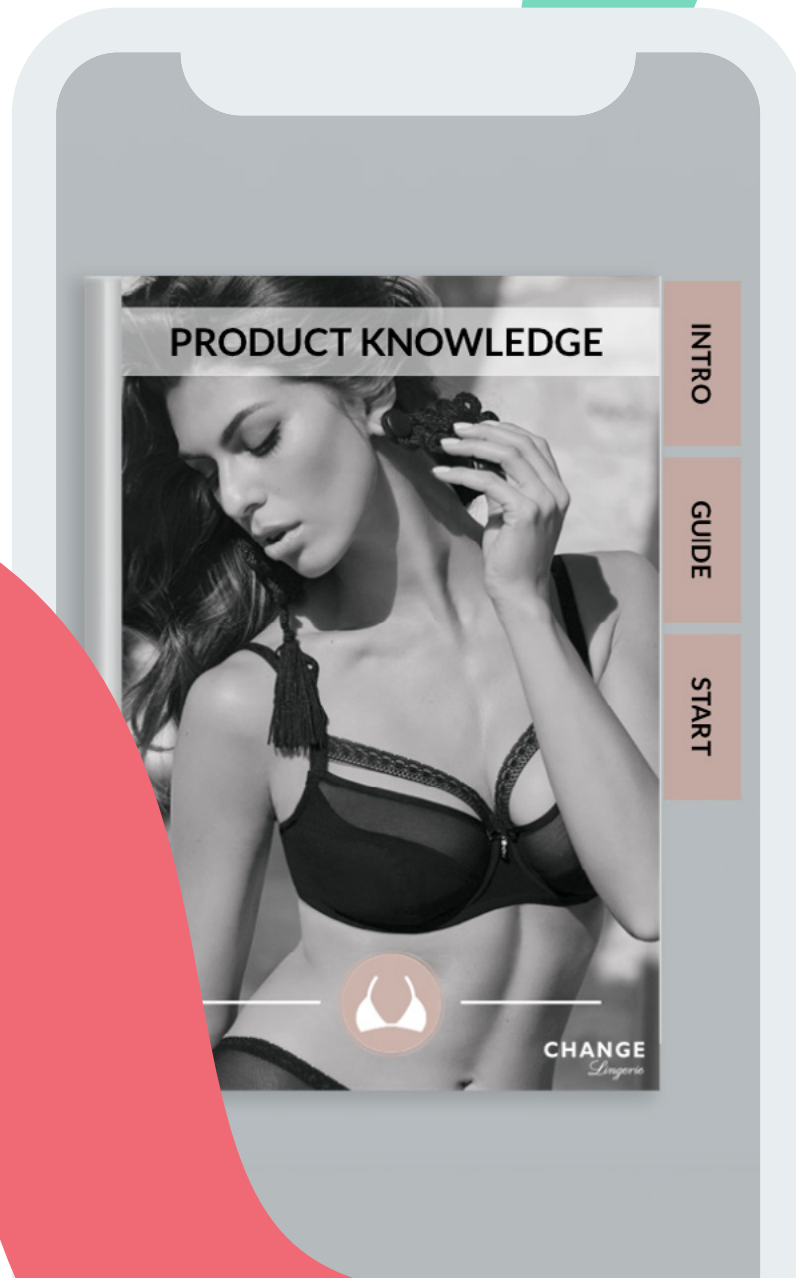
Change har brugt Learningbanks platform i mange år, og oprindeligt var det fordi de ville nå ud til medarbejderne på en mere effektiv måde. Først udsendte Change interne nyhedsbreve til medarbejderne, men nu bruger de i stedet platformen til bl.a. digital onboarding, GDPR-træning og til at designe læringsindhold med korte videoer og opfølgende tests, der giver den nyeste viden om nye kollektioner og produkter.

“Vi får nye produkter hver anden uge. I den forbindelse har vi en salgstræner der præsenterer produkterne på video, og som samtidigt fortæller, hvad de gode salgsteknikker er på produkterne. Herefter får medarbejderne nogle små test-spørgsmål. Videoen tager sjældent mere end to minutter,” siger Emil Solhøj Nørgaard, International Retail Coordinator i Change.

“Når produktvideoerne kommer ud, så kan vi se, at salgstallene på de specifikke produkter bliver højere.”

Videoerne sætter bl.a. gang i tallene på bundlinjen sammen med indsatsen fra medarbejderne ude i butikkerne og andre tiltag, og Change kan derved måle et konkret output af at udsende læringsindholdet.

“Når produktvideoerne kommer ud, så kan vi se, at salgstallene på de specifikke produkter bliver højere. Desuden kan vi også se, at vores indsats virker ved, at vi også udsender videoer omkring visual merchandising (red. hvordan butikkerne med fordel kan udstille produkterne). Her har vi set en klar forbedring i hvordan butikkerne gør, samtidigt med at butikkerne er mere aligned og har det samme udtryk. Der er flere elementer i det, men samlet set har flere af tiltagene gjort, at ønskerne fra hovedkontorets side er blevet mødt i højere grad,” siger Emil Solhøj Nørgaard.



Hierarkier og høje gennemførselsrater

Det er nemt at opbygge hierarkier i Learning Lifecycle Platformen, og det er noget Change har taget til sig, når man zoomer ind på deres afdelingsstrukturer.

“Hver Store Manager har en administrator-rolle, hvor de kan se deres egen butik og dermed tracke hvordan deres egne medarbejdere klarer læringsforløbene. Næste niveau er Sales Coaches, som typisk har 5-7 butikker. De er alle enige om at ‘Track Learning’-funktionen i administrations-værktøjet i platformen fungerer rigtig godt, og de bruger det meget.”

Track Learning er et værktøj i platformen, som er en del af administrator-dashboardet, hvor man kan klikke direkte på et læringsforløb og se gennemførselsraten for det specifikke læringsforløb med det samme.

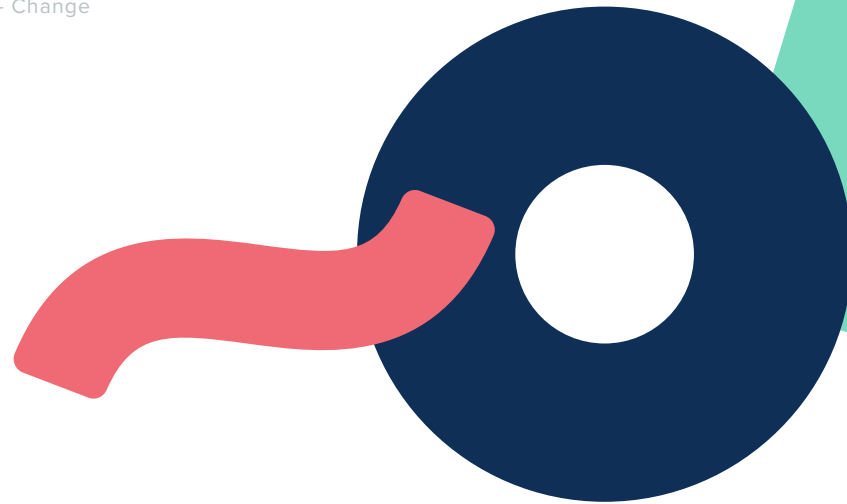


Emil selv er den der primært bruger det større analyseværktøj, som giver ham konkrete tal over gennemførselsrater i de forskellige lande og på Changes brands, som han sender ud til de forskellige Country Managers for at give dem et overblik.

“Vi vil gerne have at alle når igennem deres digitale onboarding og GDPR-læringsforløb inden for de første tre måneder, og derudover vil

vi rigtig gerne have en gennemførselsrate på 95 %, når produktvideoerne havner hos medarbejderne, som de gerne skulle have set efter en uge, men typisk går der to uger.”

“Vi er rigtig godt deroppe ad, og har en ret høj gennemførselsrate på mere end 95 % på vores onboarding og GDPR-forløb, samt gennemsnitligt omkring de 95 % på produktvideoerne,” siger Emil Solhøj Nørgaard.



Medarbejderinvolvering og et højt service-niveau

Ude i butikkerne er der salgstræning på gulvet, og derfor er den digitale træning og onboarding et supplement til den fysiske træning. Blended Learning, hvor man mixer forskellige typer af læringsaktiviteter, er derfor en integreret del af kulturen i Change.

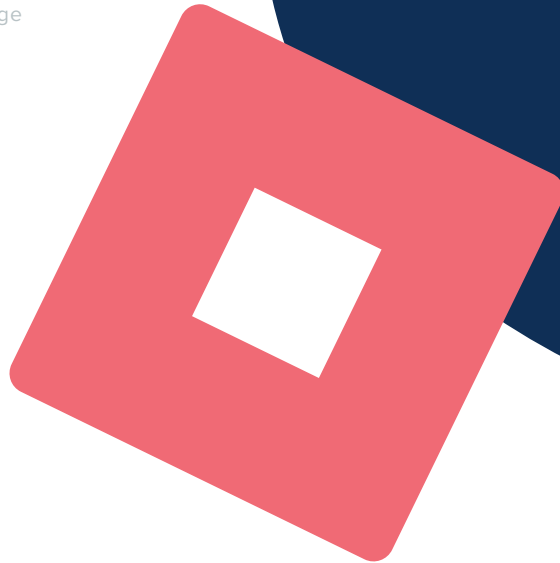
Medarbejderne selv bliver også involveret i udformningen af træningen.

“Noget af det som medarbejderne er rigtig glade for, udover at de får hurtig information om, hvis der sker noget ude i butikken, er at de bliver involveret i processen med at udforme vores læringsindhold. De giver helt konkrete inputs til hvordan produktvideoerne for eksempel skal laves.”

“Desuden er det ikke nødvendigvis alle produkter, som butikkerne får, men de har stadig mulighed for at bestille dem, og med produktvideoerne får de et nemt overblik over produktsortimentet,” siger Emil Solhøj Nørgaard.

Change planlægger dog også at gøre det endnu mere interessant for medarbejderne at få information og produktkendskab.

“Platformen er en rigtig god kanal til at lære vores medarbejdere om vores produkter og give dem information. Det er en nødvendig tid de bruger derinde, som skaber værdi på den anden side.”



“Det der kan være udfordringen nogle gange er, at når vi producerer så mange videoer (red. 30 om året), kan det nogle gange være svært at lave noget nyt og opfindsomt til kollegerne i butikken. Vi vil rigtig gerne være nytænkende, så derfor har vi leget med tanken om at gøre læringsindholdet endnu mere spil-agtigt, hvor det samtidigt ikke skal være tidskrævende for kollegerne at gennemføre. Derfor er micro-learning måske noget vi vil se endnu nærmere på,” siger Emil Solhøj Nørgaard.

Overordnet set er Emil meget tilfreds med platformen, som desuden også bliver brugt til at lave generelle informationsvideoer, fx en julehilsen fra Changes CEO, og derudover har han også været meget tilfreds med at bruge spørgeskema-funktionen til fx at få hurtig feedback fra 10 procent af butikkerne omkring, hvordan det havde været at få opbyllede produkter på forhånd.



Learningbanks support er også helt essentiel, når der er brug for ekstra hjælp, fortæller Emil afslutningsvis:

“Jeg har været ovenud tilfreds med hjælp og support fra Learningbank. Før i tiden brugte jeg meget Katrine (red. Senior Customer Adoption Manager), som har et vildt højt service-niveau og som altid giver en hurtig melding. Men nu er jeg også i kontakt med support-gruppen fra Learningbank, som alle giver en rigtig god service, svarer hurtigt og giver ikke mindst brugbare svar.”

**Skab de bedste
læringsoplevelser for
dine medarbejdere**

learningbank 

Støberigade 14
2450 København SV

+ 45 71 999 123
info@learningbank.io
learningbank.io