

DIGITALIZACIÓN DEL EQUIPO DE MARKETING



CONTEXTO DEL PROYECTO

En el mundo de las bebidas de alta graduación, la publicidad en medios masivos está prohibida por ley. Por ello los departamentos de marketing en este sector deben ser expertos en dos temas: eventos presenciales donde los consumidores vivan las marcas y experiencias digitales. Un departamento de marketing de una empresa de spirits tiene que estar a la última en iniciativas digitales como única forma de comunicación con los consumidores.



¿CUAL FUE EL RETO FORMATIVO?

El diseño de un programa intensivo para liderar el mercado de iniciativas digitales con impacto directo en el negocio. El proyecto se debía diseñar a 3 años vista y debía concluir con el departamento de marketing como punta de lanza de la transformación digital de los productos de la compañía para conseguir nuevos modelos de negocio.



¿QUÉ SOLUCIÓN PROPUSIMOS?

El servicio que Foxize desarrolló consta de 3 niveles:

1. Diagnóstico: Toda la organización hizo el Test de conocimientos y habilidades digitales, para identificar y clasificar al personal según su nivel digital.
2. Empleados analógicos: Formación específica para fijar las bases con conocimientos fundamentales.
3. Formación digital con tarifa plana: Cursos presenciales y online para todos los miembros de la plantilla con especial hincapié en temáticas de comunicación digital y métodos de innovación.



¿QUÉ RESULTADOS HA OBTENIDO?

- El número de expertos digitales dentro del departamento de marketing ha crecido del 4% al 60%.
- El 90% del departamento ha asistido a clases presenciales y realizado cursos online de forma voluntaria, continua y fuera de horario laboral.
- Los miembros del departamento de marketing lideran actualmente la transformación digital del negocio y la cultura de Pernod Ricard.