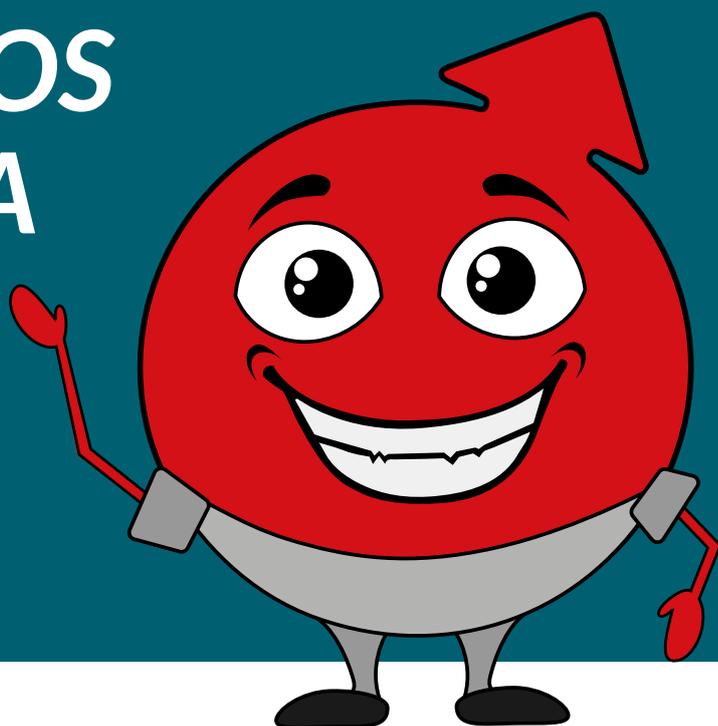


# LA PASIÓN NOS TRAJO HASTA AQUÍ!



## Gamificación CASO DE ESTUDIO

**TOPWEAR** es la marca de mayor reconocimiento y transversalidad en el mercado chileno. Su crecimiento sostenido en ventas, los sitúa en una posición de privilegio respecto de sus competidores. Lograron visibilizar una categoría que era considerada menor en el vestuario y hoy es un segmento de gran interés para el retail.

# TOP<sup>®</sup>

### **“El cliente siempre tiene la razón”**

mantiene la filosofía de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes en todo momento. Para lograrlo y además brindar una experiencia de compra, la capacitación para colaboradores en retail es fundamental.

En **TOPWEAR** están siempre atentos, dirigiendo la atención a los detalles, a la mejora constante en la gestión y el deseo permanente de innovar y arriesgarse.

**¿Porqué?** Pues porque para conseguir clientes nuevos, fidelizar a los que ya se tienen y resolver conflictos, es necesario transmitir el “know how”, mantener actualizados a los colaboradores y crear un ambiente positivo y entretenido que permita ofrecer artículos adicionales y dar seguimiento para potenciar ventas de calidad.

# En **TOPWEAR** un buen vendedor **SE HACE**

**“La práctica hace al maestro”** significa que para volverse un verdadero experto en ventas es necesario tener formación de vanguardia y ponerlo en práctica. Comunicación, tolerancia a la frustración, capacidad para trabajar por objetivos, resiliencia, automotivación, liderazgo, capacidad de escucha y empatía son las características mínimas de un vendedor exitoso en **TOPWEAR**.



*Los vendedores bien informados pueden aumentar las ventas en un 23% debido al conocimiento aplicado y a sus actitudes, aptitudes. Basándonos en nuestra propia experiencia de entrenamiento con la aplicación Atrivity, aumenta el conocimiento en más del 26%.*

# EL DESAFÍO TOP

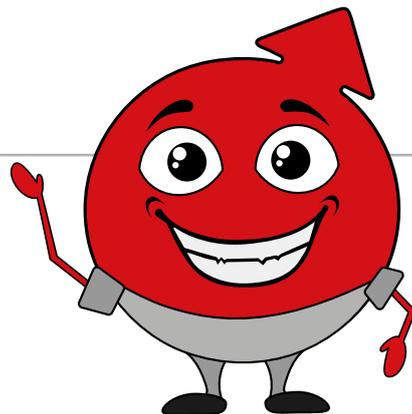


Así se llamó la campaña de entrenamiento con microlearning, juegos touchscreen y gamificación disponibles en dispositivos como teléfonos, tablets y computadores.

Se partió abordando los valores corporativos y siguió con las líneas disponibles para el lanzamiento de productos de verano 2022.

**233 usuarios activos**  
**contestaron 119.182 preguntas**  
**durante la semana que duró la**  
**campaña, es decir, a razón de**  
**512 respuestas por persona.**

**TOP**®



## ¿En qué momento del día interactuaron tan intensamente con la capacitación?

La metodología de gamificación con **Atrivity** les permite escoger libremente el mejor momento para involucrarse en este programa de entrenamiento. La mayoría de los participantes **aprendieron en un formato divertido** y por ello buscaron su propio momento de relajación y ocio para activar su microlearning.



El gráfico muestra las horas del penúltimo día en el eje de las X y la cantidad de desafíos por cada intervalo de hora en el punto rojo. Increíblemente el punto más alto fue entre la medianoche y la primera hora de la mañana. Fueron participantes que se divierten mientras aprenden.

## ¿Cuándo fue la última vez que miraste el manual de productos de la empresa, después de las 18:00 horas?

**El 80% de los participantes certificó con un nivel de conocimiento sobre el 93%**

**187 personas** partieron con un grado de conocimiento inicial del **79%**. Durante la campaña leyeron repetidamente **4,4 veces el manual de productos**, logrando una certificación automática en los 4 días que duró el evento.

PARTICIPANTES

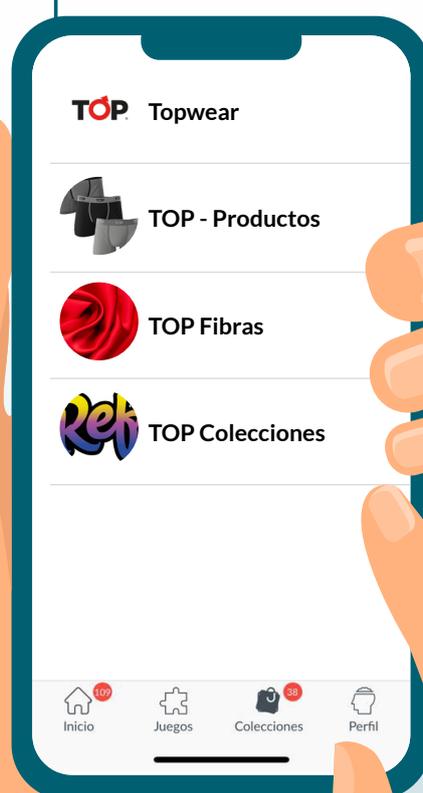
80%



# BIBLIOTECA DIGITAL

**TOPWEAR** creó su comunidad de aprendizaje online para alcanzar los objetivos de esta campaña y generar un repositorio de consulta permanente.

*Los micro-learning después de revisados por cada colaborador, se integraron como tomos de una gran enciclopedia que revisó Valores de la compañía, Línea masculina, línea femenina, línea infantil, fibras innovadoras y lanzamiento primavera - verano 2022.*



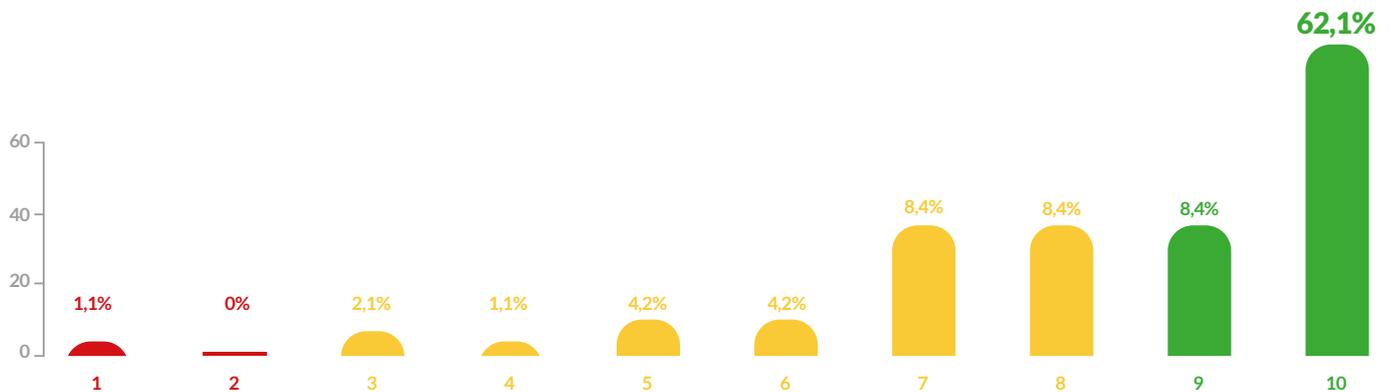
## ¿Qué opinaron los participantes?

El **92,7%** de los participantes consideró que el contenido es muy relevante para su trabajo diario y el **91,7%** de los encuestados cree que los microlearning han sido de mucha ayuda para su aprendizaje



Medimos la experiencia de los usuarios de los programas de capacitación de **Compettia** para conocer la medida de lealtad y satisfacción preguntando

## ¿Qué tan probable es que recomiendes la capacitación con Atrivity a un amigo o familiar?



Los promotores son aquellos usuarios fieles y entusiastas que al recomendar el uso de **Atrivity**, entre 9 y 10, llevaron el nivel de recomendación al **70,5%**.

*“El engagement de los equipos se evidenció cuando el 80% de los participantes certificó en solo 4 días”.*

**José Tomás Prieto**  
Gerente de Ventas Topwear

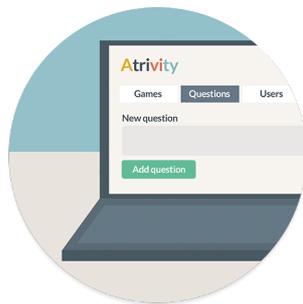
# Atrivity

## 200 MILLONES

DE PREGUNTAS CONTESTADAS



Convierte tu material formativo en preguntas - Muy fácil.



Configura tu juego de trivia Atrivity en minutos.



Invita a los jugadores, luego observa los ranking y todo lo que está pasando mientras compiten.



Revisa y analiza resultados globales e individuales.

## ¿Quieres hablar con un Experto? Contactanos en:

[contacto@compettialattam.com](mailto:contacto@compettialattam.com)

[www.compettialattam.com](http://www.compettialattam.com) | Atrivity by Compettia