



¿Cómo mejorar la EXPERIENCIA del distribuidor?



Escenario:

- Sector indiferenciado y en crisis.
- Oportunidad: subsector en auge.
- Posición como líder del mercado.

Objetivo:

Diferenciación respecto de la competencia mejorando la experiencia del distribuidor.

Solución:



PROBLEMAS

Detectamos que la organización estaba generando emociones negativas

Transformar el universo perceptivo de los distribuidores mediante mejoras concretas en la relación con la marca

QUICK WINS

Se definieron acciones correctoras encaminadas a eliminar las emociones negativas

«No hay ninguna capacidad de negociación»

«Otras marcas tienen más empatía con nuestros problemas»

«Sirve tarde, han crecido demasiado»

«Si una marca me da problemas no la recomiendo»



INFLEXIBILIDAD



IMPACIENCIA



CANSANCIO



DESATENCIÓN



Formación EMOCIONAL de la plantilla



Mejora de la eficiencia percibida mediante herramientas online



Disminución de la percepción de inundación del mercado



Resultados:

- ✓ Impacto positivo en las ventas.
- ✓ Mayor flexibilidad por parte del distribuidor.
- ✓ Mayor apoyo a la marca.
- ✓ Fidelización emocional.