FALLBEISPIEL

area9 LYCEUM

SHINOLA DETROIT

SHINOLA

Die Herausforderungen des Retail-Wachstums für eine luxuriöse Lifestyle-Marke

Shinola, gegründet 2011, ist ein US-amerikanischer Hersteller und Einzelhändler, mit Spezialisierung auf Uhren, Fahrräder und Lederwaren.

Herausforderung:

- Angesichts des enormen Wachstums und der Eröffnung neuer Filialen benötigte Shinola einen effizienten und effektiven Weg, neue Mitarbeiter im Einzelhandel zu gewinnen
- Es musste sichergestellt werden, dass alle neuen Mitarbeiter Kenntnisse über die Shinola-Produkte besitzen und die unternehmenseigenen Werte, die Shinola ausmachen, an Mitarbeiter in den USA weitergegeben werden können, um einheitliche Kundenerlebnisse in den Filialen zu gewährleisten. Zudem müssen Mitarbeiter in den Filialen schnell und unkompliziert von neuen Produkteinführungen erfahren

Lösung:

- Shinola wandte sich an die adaptive Lösung von Area9, um die vielfältigen Herausforderungen im Onboarding-Prozess zu meistern

Ergebnisse:

- Die Autoren-Umgebung von Area9 trägt dazu bei, die Entwicklung von Schulungen zu optimieren
- Der Umsatz pro Mitarbeiter sowie Umsatz pro Filiale stieg in den Filialen, in denen der adaptive Ansatz von Area9 gegenüber zu traditionelleren Lernansätzen gezielt eingesetzt wurde

“Während unser Unternehmen weiter wächst, wollen wir, dass unsere Mitarbeiter unser Engagement für erstklassige Fertigung und Produkte, die auf Langlebigkeit ausgelegt sind, vollständig verstehen. Je mehr Möglichkeiten wir haben, unsere Geschichte effektiv zu erzählen, desto besser ist die Erfahrung unserer Kunden mit unserer Marke.”

Jacques Panis

President, Shinola

SHINOLA
DETROIT