

GRUPO BENTAS ESPECIALISTAS FORMADORES: TRANS-FORMACIÓN digital



Ana Blanco Martínez
ablanco@grupobentas.com
617495543

<https://www.grupobentas.com/>

 **Actividad:** Grupo Bentas desarrolla y potencia las competencias comerciales de las personas de manera que contribuyan al incremento de los resultados en sus organizaciones, a través de la Formación Presencial, la Asistencia Técnica Comercial y el Coaching.

 **Sector:** Educación secundaria técnica y profesional

 **Nº de personas empleadas:** 4

 **Localización:** C/ Huertas de la Villa Nº9 3ª planta. Dpto B, 48007, Bilbao - Bilbo, Bizkaia

Innovación **INCREMENTAL** de ámbito **ESTATAL**

¿Por qué es un **POTENCIAL** caso práctico en innovación?

Porque Grupo Bentas ha llevado a cabo un proceso de adaptación a la demanda y coyuntura actual, mediante la innovación de su propuesta de valor, transformándola en una metodología innovadora, aplicando tecnología, dinámicas, contenidos y recursos que se han convertido en línea de negocio con entidad propia. Todo ello ha reforzado su posicionamiento diferencial ante la competencia y le ha facilitado la supervivencia y el acceso a nuevos mercados y sectores.

INFORMACIÓN SOBRE EL CASO PRÁCTICO

La organización cuenta con 22 años de experiencia como especialistas en formación en las áreas de comunicación comercial, ventas y negociación. Gracias a este largo y amplio trayecto de mucho éxito, han podido desarrollar una metodología innovadora de formación presencial, posicionándose como referente en la formación en ventas.

Partiendo de un formato 100% presencial en origen, la pandemia hizo necesario el replanteamiento del sistema y de la propuesta de valor para poder mantenerse a flote, transformando las modalidades formativas a un formato digital y asegurándose de responder a la demanda actual, sin perder su valor añadido elaborado hasta el momento. Por ese motivo, otro de los objetivos principales era conseguir la sostenibilidad económica alineada con una "educación de calidad" (ODS4).

Para poder alcanzar los objetivos propuestos, se procedió con un benchmarking inicial, un posterior contraste con proveedores tecnológicos y una formación interna en tecnología, consiguiendo concretar una metodología formativa online novedosa que se asegura de facilitar la aplicación posterior en el puesto de trabajo, ampliando además la oferta formativa del Grupo Bentas.

La iniciativa se ha podido llevar a cabo sobre la base de diferentes colaboraciones que han aportado en el proceso de análisis y asesoramiento en las inversiones tecnológicas. Paralelamente, se hizo uso de diferentes grupos piloto de clientes para poder evaluar posteriormente el resultado y conseguir precisar el servicio final.

Concretamente, se llevaron a cabo procesos de reflexión colaborativos con clientes y diferentes pruebas de formación gratuitas de manera que se determinara y especificara lo máximo posible la nueva metodología. Al finalizar todas las sesiones se pasaban encuestas a los participantes. Gracias a éstas, se pudieron sacar conclusiones que mostraban el éxito y lo beneficioso que era esta nueva metodología online.

Antecedentes

Debido a la situación de alarma sanitaria, desde marzo de 2020, Grupo Bentas sufre la anulación de pedidos en cartera, lo que conlleva que toda la actividad principal de formación presencial descienda a cero. En consecuencia, la empresa entra en ERTE por fuerza mayor y urge la necesidad de reconducir la actividad de manera que la organización pueda subsistir y volver a tener ingresos.

Reto

Grupo Bentas procura realizar un crecimiento sostenido y mantener el liderazgo en la especialidad del sector formativo, con una innovación de su propuesta de valor que permita mantener la cartera actual de clientes y a su vez ganar nuevos segmentos de mercado, basándose en un posicionamiento de especialista de calidad desde hace 22 años. El desafío también consiste en la creación y el diseño de productos (materiales de apoyo) completamente nuevos con unos recursos económicos limitados.

Acciones

1. Realización de un benchmarking y reflexión inicial con clientes vinculados y proveedores tecnológicos.
2. Diseño y definición de acciones formativas básicas (para poder dar continuidad a las formaciones programadas y que, ante las circunstancias, se vieron en la obligación de suspender). Esta acción también sirvió como prueba piloto para corregir detalles.
3. Formación propia en tecnologías y plataformas digitales, además de vigilancia de oportunidades.
4. Selección de colaboradores tecnológicos y diseñadores gráficos
5. Elaboración de una cuenta de explotación previsional y preparación del plan de acción comercial (plan de ruido o visibilidad).
6. Adaptación de programas formativos a la nueva experiencia y diseño de nuevos itinerarios para dar respuesta a estas nuevas necesidades formativas.
7. Revisión y mantenimiento de Diseño del Cuadro de Mando Comercial (CMC): Indicadores de clientes, resultados, procesos y personas.
8. Desarrollos propios de contenidos y pedagogía, conjugando la psicopedagogía y la experiencia comercial.

Resultados obtenidos

- Incorporar y recuperar prioritariamente clientes prescriptores (UPV-EHU, Universidad de Deusto, FVEM, Cámara de Comercio e Industria de Álava, Cámara de Gipuzkoa, CEBEK, Dema (Agencia Foral de Empleo y Emprendimiento) y Beaz).
- Superación de los objetivos establecidos tanto en volumen de cursos (más de 50 cursos impartidos), como de facturación en poco tiempo (mayo a diciembre 2020).

- Aumento del valor percibido por los clientes, ampliando la oferta de servicios mediante la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas.
- Aumento de la eficiencia a través de la reducción de gastos administrativos y horas de gestión comercial, así como de las horas dedicadas a los traslados.
- Evolución y contraste al desarrollar el método, incrementando las evaluaciones anónimas de notable (nota global: 8) a sobresaliente (nota global: 9).
- Posicionamiento positivo por parte de los alumnos y clientes en RRSS como LinkedIn.

CATEGORIZACIÓN DEL CASO

Ámbitos de Innovación:

- Producto: Servicios.
- Proceso: Producción de bienes y prestación de servicios, Marketing y ventas.
- Modelo de Negocio:

Ámbitos de oportunidad:

- 1 - Transformación tecnológica/digital

Ana Blanco Martínez (Socia Fundadora)

“Hemos desarrollado toda la metodología para que cristalice en un tangible táctico.”

Ana Blanco Martínez (Socia Fundadora)

“Si tuviera que volver al presencial, mantendría la innovación que hemos hecho en el digital, porque es muy potente.”

Innovation Index Score: ★★★★★☆

Alineamiento estratégico: ★★★★★☆

Creatividad: ★☆☆☆☆

Colaboración e hibridación: ★★★★★

Sistematización: ★★★★★

Eficacia en los resultados: ★★★★★

Eficiencia en los resultados: ★★★★★

Replicabilidad y transferibilidad: ★★★★★

Impacto: ★★★★★

Reconocimiento: ★★☆☆☆