



SALMOIRAGHI & VIGANÒ: 1.800 professionisti in 500 punti vendita distribuiti in tutta Italia

Salmoiraghi & Viganò segna il trend dell'ottica italiana da oltre 150 anni. Conta circa 1000 professionisti presenti in 300 punti vendita su tutto il territorio nazionale.

Dal 2004 Salmoiraghi & Viganò utilizza per l'aggiornamento della rete vendita, l'ambiente di apprendimento di Edulife per l'erogazione di corsi on line; tale modalità si integra con la tradizionale formazione in aula.

Inoltre Edulife progetta, sviluppa, rende tracciabili e disponibili on-line i corsi presenti nell'ambiente di apprendimento.

[Edulife S.p.A.](#)

IL BISOGNO

La necessità di Salmoiraghi & Viganò è quella di tenere sempre informato, aggiornato e preparato il personale della propria rete vendita su argomenti di tipo commerciale e tecnico. L'azienda ha riconosciuto nell'utilizzo di una piattaforma e-learning per l'erogazione di contenuti on-line, lo strumento in grado di soddisfare tale necessità ottimizzando contemporaneamente due ambiti fondamentali:

- raggiungimento in tempi brevi di un numero di persone elevato distribuite su tutto il territorio nazionale;
- abbattimento dei costi

Inoltre in ogni punto vendita di Salmoiraghi & Viganò il personale del negozio ha a disposizione un book cartaceo di consulenza estetica per consigliare il cliente sulla tipologia di montatura più adatta alle caratteristiche del volto. Anche in questo caso il supporto on-line si è reso necessario per un più efficace servizio al cliente.

Edulife e la catena del valore

Edulife ha risposto al bisogno di Salmoiraghi & Viganò con il segmento della catena del valore Luoghi da Progettare e Costruire, elaborando e sviluppando il percorso formativo on-line *L'arte di scegliere gli occhiali* ed erogandolo attraverso l'ambiente di apprendimento Learning Content Management System – LCMS.

Edulife ha ricevuto da Salmoiraghi & Viganò il book di consulenza estetica in formato cartaceo ed ha trasformato i contenuti in digitale attraverso la seguente metodologia di intervento:

- Analisi dei requisiti generali e definizione degli obiettivi: sono stati definiti il modello didattico, la struttura del corso, la tipologia del template grafico di navigazione.
- Attività di project management: ha previsto la pianificazione dei tempi di produzione, il coordinamento del gruppo di lavoro, la supervisione di tutte le fasi di realizzazione dei contenuti multimediali.
- Sviluppo del contenuto:
 - o elaborazione del layout grafico di navigazione
 - o elaborazione di uno storyboard dettagliato da parte di Edulife partendo dai materiali forniti da Salmoiraghi & Viganò
 - o realizzazione delle singole videate, con assemblaggio delle componenti didattiche (testo, audio, video, simulazioni).
- Validazione finale e consegna al cliente: sono stati realizzati i test funzionali ed infine il corso è stato reso disponibile sulla piattaforma di erogazione.

I R I S U L T A T I

Attraverso le modalità on-line gli addetti alle vendite dei negozi Salmoiraghi & Viganò sono costantemente aggiornati e informati. Il corso è costituito da sei pillole formative e comprende:

- una parte introduttiva che illustra gli obiettivi del corso volto ad aumentare sempre di più la professionalità della rete vendita di Salmoiraghi & Viganò nei confronti del cliente.
- due “situazioni” di possibile applicazione di quanto erogato nel percorso *L’arte di scegliere gli occhiali*: una donna alla prima scelta di una montatura e un uomo che già utilizza gli occhiali e che vuole cambiare montatura.

Valore aggiunto alla catena del valore

Salmoiraghi & Viganò attraverso un approccio innovativo e fidelizzante ha saputo differenziarsi nei confronti di una clientela sempre più esigente ed ha arricchito la professionalità della rete vendita per offrire un servizio distintivo e consulenziale.

Il book utilizzato nei negozi, e approfondito nel percorso on line, comprende anche esercitazioni e simulazioni risultando un importante strumento di lavoro nelle mani della rete vendita.

Questo percorso formativo ha fatto coincidere le esigenze dell’area marketing con quelle dell’area formazione ed ha permesso ai destinatari del corso di:

- verificare che ciò che imparano ha una rilevanza e un valore
- apprendere attraverso l’esperienza, cioè agire su un problema concreto o su una situazione riconoscibile come tipica del proprio contesto lavorativo.