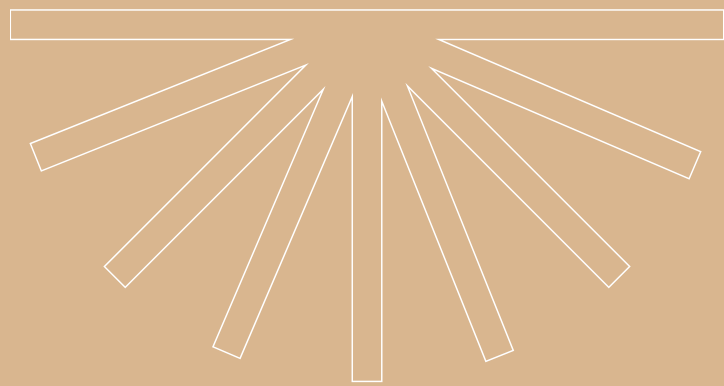




INFORMAZIONE
YOU COME FIRST

GDO & RETAIL

CASE STUDY E TESTIMONIANZE



H&M



PICTURE AZIENDA

OLTRE 130.000 WORLDWIDE
6.500 PER LA COUNTRY FORMATA

TIPOLOGIA MERCATO

ABBIGLIAMENTO, RETAIL

FABBISOGNI FORMATIVI

Creare una cultura aziendale basata sulla comunicazione, sulla collaborazione e sul raggiungimento di obiettivi ambiziosi. In particolare:

1. SVILUPPARE, FORTIFICARE E MANIFESTARE CAPACITÀ DI LEADERSHIP (DOPO ANALISI DI GREAT PLACE TO WORK)
2. CAPACITÀ DI RAGGIUNGERE SMART GOAL IN CONTESTI COMPETITIVI E MOMENTI DI CRISI
3. SVILUPPARE UN ATTEGGIAMENTO E UNA COMUNICAZIONE INTERNA PROPOSITIVA E ORIENTATA AL MIGLIORAMENTO COSTANTE; NON FATTA SU MICROAZIONI, MA SU DECIDERE STRATEGIE CONDIVISE ED ATTUARLE



INFORMAZIONE

YOU COME FIRST

RISULTATI OTTENUTI GRAZIE ALLA FORMAZIONE



- 1. MISSIONE VISION** : DETTAGLIO DELLA VISION E RIORGANIZZAZIONE DEL LIVELLO DIRIGENZIALE.
- 2. R.O.I. ESTERNO** : MEDIA CRESCITA NEL PRIMO SEMESTRE DI FORMAZIONE +15%
- 3. R.O.I. INTERNO** : AUMENTO DELLA FIDELIZZAZIONE E DELLA GIUSTA POSIZIONE DEI LEADERS DI H&M. RISULTATI DELLA SURVEY GREAT PLACE TO WORK DELLA COUNTRY ALLENATA MIGLIORATI DEL 50% RISPETTO AL DATO GLOBALE DI TUTTA H&M.

STRUTTURA INTERVENTO COMPLESSIVA:

- 300 persone selezionate tra department leaders, area manager; store manager
- 18 mesi di progetto per un totale di 10 interventi formativi annui; 2 convention

IL FUTURO DELL'AZIENDA PREVEDE LE SEGUENTI SFIDE:

1. Aumento delle vendite.
2. Miglioramento delle operazioni di logistica
3. Creazione di una rete di leader che orienti e fidelizzi i 6.500 dipendenti



LA TESTIMONIANZA



“Le persone hanno cominciato ad acquisire la consapevolezza del loro ruolo, una sorta di micro managing, hanno iniziato a capire che devono cambiare il modo di gestire le persone; stanno veramente provando a migliorare e di conseguenza uno dei risultati raggiunti è che le persone che lavorano con loro crescono, imparano a delegare e a lasciare spazi vuoti”

Doris Klein, Country Manager Spain & Portugal

**SCOPRI GLI ALTRI
PROGETTI E LE NOSTRE
COLLABORAZIONI**

TORNA ALLA PAGINA:

WWW.INFORMAAZIONE.ORG/CASE-STUDY

