

“

La realtà virtuale offre un'esperienza di formazione trasformativa perché immerge i discenti in situazioni del mondo reale [...] le competenze apprese in VR sono più memorabili e autentiche.

**THE ULTIMATE GUIDE FOR
IMMERSIVE LEARNING,
STRIVR**



CASE STUDY



VIRTUAL NETWORK EXPRESS CONTEST

Il Virtual Network Express Contest, ossia la VR Experience targata BHR, si configura come un vero e proprio addestramento al service to sale: un allenamento alla vendita in VR.

Progettata per Business Unit e Service Team specializzati in service to sale, la nostra esperienza VR permette di rafforzare la capacità di vendita e aumentare il tasso di conversione dei clienti.

La modalità è immersiva. I partecipanti vengono immersi in un itinerario di viaggio virtuale, che li porta in cinque ambienti computer generated. Qui affrontano cinque sfide, per superare le quali è necessario mettere in campo molteplici abilità e competenze di vendita. In ogni location si incontra una tipologia diversa di cliente, per allenare abilità e strategie di vendita di volta in volta diverse e complementari. Le simulazioni in VR prevedono l'assegnazione di un punteggio ai partecipanti. Ogni prestazione viene valutata tramite indicatori di competenza, con l'obiettivo di programmare di conseguenza interventi di debriefing e self empowerment. La raccolta di insight rilevanti, il coinvolgimento dei partecipanti, la fedeltà percettiva riscontrata e la memorizzazione a lungo termine delle abilità messe in pratica, rendono la VR Experience una modalità di training rivoluzionaria. BHR è pioniere dell'applicazione della VR e dell'Immersive Learning al settore Human Resources Management.

Il Virtual Network Express Contest è stato da noi realizzato seguendo un Action Plan rigoroso e dettagliato, le cui fasi salienti sono riportate di seguito.

- Step 1: elaborazione contest e adattamento in VR
- Step 2: creazione dei KPI di monitoraggio
- Step 3: train the trainer (TL)
- Step 4: piano esecutivo
- Step 5: debriefing e condivisione dei risultati (post esperienza VR)
- Step 6: condivisione dei risultati del progetto

La fase di analisi e progettazione è stata fondamentale per delineare le tipologie di clienti e i relativi differenti approcci. Per un risultato ottimale dell'esperienza BHR ha previsto dei focus group con Team Leader e Supervisor per delineare, insieme a un consulente BHR, il profilo dei clienti e la classificazione delle competenze necessarie a convertire gli stessi.

L'esito? Ogni simulazione permette di redigere una valutazione misurabile delle abilità di vendita dei partecipanti, con un punteggio che va da 1 a 5. Dove 5 rappresenta l'eccellenza della prestazione, in termini di abilità comunicativa, persuasività, cura del cliente, attenzione alla vendita, gestione dello stress e capacità di analisi. Ottenere simili insight permette all'azienda cliente di individuare criticità e punti di forza, al fine di mettere in atto strategie migliorative mirate e puntuali. Oltre a fornire ai partecipanti una nuova consapevolezza.