



Caso de éxito

Mazda México

Mediante la capacitación de cerca de 4 mil personas y la automatización de la mayoría de los entrenamientos, Mazda México logró un impacto significativo en la organización, liberando al equipo de capacitación de tareas repetitivas y creando rutas de aprendizaje personalizadas para cada puesto.





Sobre Mazda México

Mazda México es una empresa con 17 años de experiencia en el mercado nacional. Forma parte de una compañía global con más de un siglo de historia. Inició sus operaciones en México con solo 5 concesionarias y al cierre de 2022 ha logrado expandir su red a 69 distribuidores, lo que representa **un crecimiento 13X**.

Son las personas la clave de su **crecimiento 13X**

Mazda México concluyó el 2022 en el **séptimo lugar** en las ventas de automóviles en el mercado mexicano, donde compite con cerca de 54 marcas. La clave de este éxito y de su crecimiento 13X está en transmitir los valores, objetivos y compromiso por la experiencia de cada cliente a los más de 10 mil colaboradores en planta, 100 colaboradores en corporativo y a todas las personas son parte de su red de distribuidores.



Acerca de lapzo

Somos un socio estratégico que apoya a las organizaciones a cumplir sus resultados de negocio, lo hacemos a través de una plataforma que integra cuatro módulos clave: Capacitación y Aprendizaje, Desarrollo por Competencias, Desempeño y Engagement.

[Conoce las soluciones lapzo →](#)

El Reto

Con 69 concesionarias repartidas por todo el país, **Mazda México tenía el desafío de formar a todos sus empleados en temas de productos, procesos administrativos, estrategias de ventas, marketing y atención al cliente.** Su staff de capacitación tenía 5 especialistas y necesitaban una forma ágil de implementar un modelo de entrenamiento híbrido para capacitar a más 4 mil personas.

El reto fue mayor con la llegada de Covid-19, **cambiando la estrategia de entrenamiento híbrido a un entrenamiento 100% virtual**, un modelo poco explorado por el equipo de Mazda México y que a través de la plataforma lapzo pudieron adoptar con facilidad y éxito.

“Con la pandemia volcamos toda nuestra estrategia, fue un reto para el equipo de entrenamiento porque realmente teníamos poco contenido, fue la colaboración con lapzo que nos ayudó a tener las bases e incluso la consultoría para generar contenido y cursos”



Jhonatan Arana
Training Manager en Mazda México



La solución propuesta

Capacitar a cerca de 4 mil personas va más allá de crear curso, se trata de identificar las necesidades de entrenamiento de cada colaborador, dar seguimiento a sus avances y crear un plan de acción para que el entrenamiento provoque un impacto en la organización. Con la ayuda de lapzo, Mazda logró automatizar el 80% de las capacitaciones relacionadas con procesos, fundamentos y onboardings.

Además, se crearon rutas de aprendizaje personalizadas para cada puesto, lo que permitió automatizar la asignación de cursos para cada nuevo colaborador y crear una visibilidad de cumplimiento por puesto, distribuidor y zona geográfica.

- 1 **Mapear** las necesidades de capacitación para cada puesto
- 2 **Desarrollar** cursos con distintas modalidades: webinar, online, presencial
- 3 **Complementar** con el catálogo de cursos lapzo
- 4 **Diseñar** las rutas de aprendizaje
- 5 **Revisar** de manera periódica los resultados y optimizar con base en los datos generados por el proyecto

"Arrancamos nuestro portal de entrenamiento con solo 5 cursos, crecimos muy rápido generando contenido de producto, ventas digitales, y administración. En 2021 lapzo nos liberó su catálogo de cursos y comenzamos a incorporar la parte softs skills. Cerramos 2022 con una oferta de 150 cursos propios y 160 cursos del catálogo lapzo."



Jhonatan Arana

Training Manager en Mazda México

Los resultados

Mazda México escaló rápidamente su número de entrenamientos, automatizando las tareas repetitivas y concentrándose en la calidad y experiencia de cada entrenamiento. Construyeron una cultura de aprendizaje que permea en colaboradores y distribuidores, quienes han terminado más de 63 mil cursos, logrando un promedio de 16 horas de capacitación.

+63k

Cursos terminados

16 hrsDe capacitación promedio
por colaborador**+4,000**

Colaboradores

Lapzo ha sido un gran aliado para Mazda México. Tanto para los colaboradores como para los administradores, la experiencia en la plataforma ha sido muy positiva. Uno de los aspectos más valorados es la facilidad de integrar distintas herramientas de conferencias como Zoom, Google Meets y Microsoft Teams, además que, se pueden utilizar scorms y plataformas de gamificación como Genially, optimizando aún más la experiencia de aprendizaje.

Gracias a lo anterior, se ha logrado un alto nivel de finalización de cursos, con un 95% de cursos completados. Los colaboradores han valorado muy positivamente esta experiencia, lo que se refleja en un NPS de 96 puntos, logrando un 75% de usuarios activos de manera mensual.

96

NPS Plataforma Mazda

95%

% Finalización

75%

Usuarios activos mensualmente

Hoy nuestros distribuidores nos preguntan: "oye este curso me encantó, ¿cuándo lanzas la segunda parte" Es muy confortante ver cómo se ha creado una cultura de aprendizaje, abrimos grupos de inscripción cada tres meses y se acaban los lugares el mismo día, es como la preventa de un concierto.

**Jhonatan Arana**

Training Manager en Mazda México

Productos **usados**



Capacitación y Aprendizaje

Simplifica los procesos de capacitación, a través de la administración y creación de experiencias de aprendizaje a la medida



Desarrollo por competencias

Complementa tu desarrollo con nuestra oferta de cursos premium, enfocada en el desarrollo de competencias.



**No escatimamos en invertir
en la gente, **vale más
invertir en la gente** que no
haberlo hecho.**

Siguientes pasos

En un plan a corto plazo, Mazda busca incrementar su participación en el mercado, posicionándose con nuevos segmentos e impulsando el lanzamiento internacional de nuevas líneas de vehículos para atender las necesidades de un mercado más amplio, mientras afianzan la confianza de sus actuales consumidores. Con el uso de lapzo, Mazda agilizará el lanzamiento de entrenamientos que den a conocer los nuevos productos a sus 69 distribuidores.

Hemos crecido como empresa, más que proveedores tenemos socios de negocios, con lapzo mantenemos una relación de tres años, y estamos seguros que vamos por más. Hemos visto como nos hemos desarrollado y crecido en conjunto, creo que ese valor agregado suma mucho en la relación que tenemos entre compañías.



Jhonatan Arana
Training Manager en Mazda México

Conoce más acerca de **lapzo**

www.lapzo.com

