



Caso de Éxito

CASTROL

Caso de Éxito

CASTROL

Empresa

Castrol es la primera marca de lubricantes en el mundo, con operaciones en más de 140 países y varios centros de investigación distribuidos en diferentes regiones. Desde que fue creada por Charles Wakefield en 1899, la compañía se afianzó como especialista en el mercado y referente en cuanto a innovación y tecnología para la evolución de lubricantes modernos.

Entre otros grandes hitos, Castrol fue auspiciante de la icónica “Flecha de plata”, el legendario Mercedes Benz con el que Juan Manuel Fangio ganó el segundo de sus cinco títulos mundiales de Fórmula 1.

Su conocido slogan, “Es más que sólo aceite, es INGENIERÍA LÍQUIDA”, refuerza su posicionamiento como pioneros en el sector.

Castrol proporciona aceites, fluidos y lubricantes alrededor del mundo, atendiendo todo tipo de segmentos: motos, vehículos de pasajeros y comerciales, servicio pesado, industrias, petróleo, gas y marino.

AXION energy -marca líder en combustibles- y Castrol, conformaron en el 2018 una nueva alianza en Argentina. Los productos Castrol se están produciendo en la planta de Campana y se comercializan a través de la red de más de 630 estaciones de servicio AXION y distribuidores exclusivos.

Castrol fue auspiciante de la icónica “Flecha de plata”, el legendario Mercedes Benz con el que Juan Manuel Fangio ganó el segundo de sus cinco títulos mundiales de Fórmula 1.



Diego Rube, Responsable de Capacitación Comercial, PAE

Contexto

El año 2020 sorprendió con la pandemia del Covid-19 e hizo repensar las estrategias de capacitación de todo el mundo laboral y profesional. Desde que el Gobierno Nacional dictaminó la cuarentena obligatoria, en Castrol entendieron rápidamente que debían transformar la manera de comunicarse, para llegar de forma directa a los socios comerciales y clientes.

Previo a la cuarentena, Castrol contaba con un programa de entrenamiento online para sus socios estratégicos: empleados de las Estaciones de Servicio, negocios Agro y Distribuidores de Lubricantes Castrol, a través de la plataforma AXION campus.

Pero el desafío pasaba por poder alcanzar a los consumidores finales, desde una gran empresa industrial hasta un pequeño lubricentro.

Los Representantes de Venta e Ingenieros de Soporte Técnico se toparon con serias dificultades para poder seguir manteniendo el vínculo directo con los clientes, en medio del distanciamiento social. No tenían forma de transportarse o viajar, no había manera de armar charlas presenciales, seminarios o visitas técnicas.



Te invitamos a participar de CHARLAS ABIERTAS con los mayores especialistas en lubricación de habla hispana, que combinan más de 100 AÑOS DE EXPERIENCIA y decenas de millones de dólares reportados en beneficios por sus clientes.

 <p>Alfredo Rosenber SELECCIÓN DE GRASAS MITOS SOBRE GRASAS</p>	 <p>Antonio Ciancio MANIPULACIÓN Y ALMACENAMIENTO EFICIENCIA DE FLOTAS</p>
 <p>Esteban F. Benavente LUBRICANTES ESPECIALES PARA LA INDUSTRIA MINERA</p>	 <p>Fernando D. Bilotti ANÁLISIS DE ACEITE USADO</p>

Desafíos

Ante el nuevo desafío de tener que llegar al cliente final se barajaron diferentes estrategias, como por ejemplo desarrollar una web o una nueva plataforma, sabiendo que demandarían varios meses de trabajo.

Las opciones con resultados a largo plazo no eran convenientes en este inesperado contexto, máxime si también se buscaba anticiparse al mercado.

La venta de lubricantes requiere un trabajo constante en la exposición de sus beneficios, además de revisiones periódicas y análisis de muestras. Los clientes de Castrol siempre valoraron ese vínculo cercano, generando con la marca fidelidad y confianza. El desafío presentaba una paradoja: había que estar cerca de los clientes, manteniendo la distancia.

Soluciones

El equipo de capacitación de Castrol, repensando cómo llegar a sus clientes, decidió dar un paso adelante con el mismo proveedor de la herramienta de entrenamiento comercial, AXION campus.

La garantía que dió el Campus de Wormhole con AXION energy, socio estratégico de Castrol, ayudó a gestar el vínculo. Esta referencia directa aceleró el proceso de búsqueda de plataformas LMS que se ajustaran a las nuevas necesidades y desafíos.

En tiempo récord se implementó una nueva solución, que tomó el nombre de Castrol Webinars, bajo el dominio web castrolcampus.com.

Diego Rube, Responsable de Capacitación Comercial, explicó que buscaban una plataforma "amigable", que permitiese de manera ágil y sencilla brindar una respuesta para cada tipo de cliente.

Castrol valoraba poder contar con soporte personalizado, accesible y dinámico, y también con puntos esenciales para reforzar los vínculos estratégicos.

Tras una serie de contactos con Maximiliano Menasches, CTO de Wormhole, pudieron poner rápidamente en marcha esta iniciativa. "La rapidez en la implementación y las facilidades económicas fueron claves para avanzar con esta novedosa solución", argumentó Diego Rube.

Buscábamos una plataforma "amigable", que permitiese de manera ágil y sencilla implementar una solución para cada tipo de cliente.

Diego Rube, Responsable de Capacitación Comercial, PAE

Proceso

El equipo de Castrol fue creando contenidos para webinars y charlas abiertas (más de 40) para sus clientes, vendedores y contactos en toda Latinoamérica.

“Castrol suma más de 120 años de historia, siendo pioneros y protagonistas en los momentos más innovadores. Con nuestra implementación virtual nos sentimos parte de ese legado, siendo pioneros en el sector, llegando con rapidez a nuestros clientes finales” explicó Diego Rube. En este sentido, Castrol fue precursora a nivel regional: fue la primera en transformarse a fondo con las capacitaciones virtuales.

“Pudimos salir primeros al mercado y corroborar que nuestras charlas fueron muy valoradas. Ningún competidor llegó a tener una herramienta similar a la nuestra, donde pudimos ofrecer contenidos diversos, de manera sencilla, dinámica e interactiva.” agregó Diego.

Castrol aprovechó el uso del feedback que ofrece el Campus -en especial las encuestas de satisfacción- para mejorar día a día. Esas funcionalidades ayudaron a crear una comunidad dentro de la empresa, apoyando el gran cambio cultural en sus capacitaciones. Además, se desarrollaron cursos exclusivos para clientes estratégicos, se incorporaron las charlas grabadas y la posibilidad de descargar materiales o documentos desde la plataforma.

Resultados

El equipo de Castrol se llevó una grata sorpresa al percibir que cada vez más personas se sumaban a las charlas y contenidos ofrecidos. Hubo más de 3000 participantes siguiendo los webinars de manera online, y cerca de 2000 que ingresaron a ver las charlas grabadas.

Las charlas abiertas de Ingeniería Líquida tuvieron un gran alcance internacional, con participantes de varios países de Latinoamérica: Chile, Perú, México, Colombia, Brasil, Paraguay, Bolivia, Uruguay, Panamá, entre otros. Incorporaron invitados especiales de renombre en la industria y recibieron un excelente feedback.

Se sumaron ingenieros y jefes de taller de fabricantes de vehículos (autos, motos y servicio pesado), dueños de lubricentros y talleres mecánicos, referentes de industrias (minera, oil & gas, cementera), clientes AXION Agro, productores rurales y fabricantes de maquinaria agrícola, entre otros.

Debido a los excelentes resultados y a los gratos comentarios de muchos colegas, la Asociación Argentina de Tribología (AAT) solicitó que la reunión anual se lleve a cabo en el Campus de Castrol, ofreciendo a cambio el patrocinio del evento. Sin dudas un broche de oro luego de tanto esfuerzo y dedicación.

Conclusiones

1- Más alcance:

Castrol logró llegar a sus consumidores finales. La relación con Wormhole le permitió no perder terreno y mantener la confianza de sus clientes. Los problemas que trajo la pandemia pudieron ser suplidos por una fuerte estrategia de capacitación virtual.

2- Promover una comunidad:

Cambio en la cultura de aprendizaje en Castrol. Esto llevó a fomentar el vínculo entre todos los sectores de la cadena de producción. El ingreso en las plataformas Live Learning generó confianza y complementa a la perfección las capacitaciones presenciales.

3- Con esta rápida y fuerte iniciativa,

el equipo de Castrol pudo seguir marcando tendencia, siendo pioneros en la implementación del Live Learning con plataforma propia para sus charlas y capacitaciones. Lograron una eficaz respuesta a los desafíos que trajo la pandemia y optimizaron los procesos internos de capacitación.

“Wormhole brindó soluciones, apoyo y dinamismo, con soporte empático. Juntos lograron “estar cerca, manteniendo distancia”, una paradoja inicial que se transformó en grandes resultados. ”