

## Mercedes Benz forma a 15.000 empleados en un imponente back-to-back



Se trataba de entrenar a 15.000 empleados de ventas y posventa de Mercedes Benz de diferentes países sobre los nuevos Clase E y Clase E Coupé, en un impresionante back-to-back de más de dos meses.

Se reservaron dos hoteles, el Blau Porto Petro y el Robinson, durante cinco meses en exclusiva. Cada día, entraron 24 grupos diarios (12 por hotel) para estaciones de training teóricos y prácticos. Los asistentes iban rotando entre las salas y las pruebas de conducción. Ahí aprendían todo sobre los coches, y los comparaban con modelos de BMW y Audi. Además, una herramienta de simulación permitía replicar parte del coche.

Día 1. Tras check-in, tenía lugar la ceremonia de apertura en el auditorium del hotel, donde se había montado un escenario. El show de presentación se hacía siguiendo un estilo "cine": dos pantallas enormes habían sido colocadas en el auditorium. En la primera, unos anuncios de Mercedes, antiguos y de varios países, dieron la bienvenida. Luego salió un locutor diciendo "como en los mejores cines, comenzamos con anuncios". Toda la presentación se hizo con referencias al cine: el primer coche, el E-coupe, se presentó con Dolby surround y efectos, siguiendo una estética de película. Subió la primera pantalla y salió el coche con luces, como si saliera de la película. Para el E-coupe, bajó de nuevo la pantalla, se proyectó la segunda película y salió el coche... Los invitados pasaron entonces a la cena.

Día 2. El día empezó con los trainings en el Blau Porto Petro, donde las salas del hotel se habían completado con seis carpas, con vistas al mar. El grupo volvió a las 18:00 al Hotel Robinson Club Cala Serena, para tiempo libre. A las 21:30, tuvo lugar el sneak preview del Clase E kombi, el AMG E63 y el Clase E cabrio con un espectacular show láser que iba describiendo los aspectos destacados del coche.

Día 3. El training empezó a las 07.45 en el Robinson, donde las salas del hotel se habían completado con seis carpas y estaciones de prueba. A medio día, se clausuró el evento con una película de resumen de las 48 horas pasadas en la isla. Los coches volvieron a subir al escenario y se cerró el evento con música y show.

¿La organización? Fue un evento cansado, con 6,5 días por semana y más de 14 horas por día, según Sashka de Vries, responsable de Ivents. Ha significado un planning al minuto de quién hace qué. "Éramos cuatro agencias, Stagg & Friends para los shows y trainings; Comware para la gestión de los participantes; PI para la gestión de los coches e Ivents para la coordinación local y de hoteles. Generalmente, cada agencia ha contratado una o dos personas más que presupuestadas para poder hacer una rueda: uno se iba de vacaciones unos días y era sustituido, antes de ser reemplazado por otro".

Durante más de un año, Ivents estuvo en contacto con varios ayuntamientos para trazar las rutas y definir cómo actuar ante cualquier eventualidad. Pero igualmente hizo falta reactividad: "hemos tenido cuatro obras de carreteras en nuestras rutas sin avisar", comenta Sashka.

Y la última anécdota: "los asistentes han comido cuatro veces más carne y patatas en los hoteles que lo normal. ¡mucho hombre!" comenta Sashka.

Ver más información sobre Ivents