

Deloitte.

Impulsionada pela globalização e pelo crescimento em novos mercados como, por exemplo, China, Índia, Brasil e Rússia, a Deloitte fez seu quadro de funcionários aumentar de menos de 30.000 para mais de 155.000 desde o início de 2000.



“A economia da América Latina e da Europa Central pós-recessão realmente aqueceram, assim, as empresas globais desejam investir nesses mercados”, conta Tony Gleeson, Diretor Global de Soluções e Programas de Aprendizagem da Deloitte. “Para ajudar a fornecer aos clientes uma vantagem competitiva em mercados de alto crescimento, a Deloitte precisava estar antes de tudo presente e, para tanto, tivemos que aumentar nosso negócio rapidamente nesses países”.

Para incentivar uma comunicação clara e eficiente pelo mundo, a empresa nomeou o inglês como seu idioma oficial em 2000.

“ O inglês é fundamental para o nosso sucesso. Não há como evitar, particularmente em um negócio no qual você trabalha com grandes empresas. Nossos clientes globais como, por exemplo, a Johnson & Johnson, a Microsoft e a General Motors esperam, de forma legítima, que a Deloitte opere de maneira homogênea em todo o mundo. Para funcionar como uma empresa verdadeiramente global e servir com eficiência esses clientes, precisávamos aprimorar nossas habilidades com o inglês rapidamente. ”

—Tony Gleeson,
Diretor Global de Soluções e Programas de Aprendizagem, Deloitte

A necessidade do inglês para a empresa era clara para a Deloitte, no entanto, implantá-lo era um enorme desafio. “Depois que o inglês se tornou nosso idioma oficial, aprendemos rápido que nossa equipe global, que estava crescendo, não apresentava níveis altos e uniformes de habilidades em inglês,” disse Gleeson. “Precisávamos de uma solução de treinamento que pudéssemos implantar no mundo todo, que ajudasse os alunos de qualquer nível e que incluísse ferramentas que ofereceriam ajuda imediata no trabalho. O único serviço que poderia lidar com este enorme desafio era o GlobalEnglish” conta Gleeson.

Uma Parceria Estratégica

Antes de implantar uma solução online, a Deloitte tinha milhares funcionários em cursos de inglês presenciais. De acordo com Gleeson, a frequência dos alunos era baixa, pois esses cursos não eram flexíveis para atender às necessidades dos funcionários. Além disso, a empresa não podia controlar os resultados desse treinamento, que variava em qualidade. A empresa solicitou uma solução mais flexível para o ensino das habilidades em comunicação comercial e não apenas no inglês geral. Eles também precisavam de um parceiro que pudesse oferecer suporte à implantação no mundo todo e que se adaptasse ao crescimento.

A Deloitte implementou em oito países o Corporate Learning Service da GlobalEnglish em junho de 2000. A empresa estava impressionada com o rápido aperfeiçoamento

Setor

Serviços de Contabilidade

Resumo do caso

Conforme a globalização escrevia o capítulo seguinte na história da Deloitte, a comunicação global eficiente se tornou essencial para o sucesso; assim, a Deloitte nomeou o inglês como seu idioma oficial em 2000. Depois de vivenciar imperfeições no treinamento em sala de aula, a empresa implementou o GlobalEnglish Corporate Learning Service™ em 30 países com mais de 2.500 funcionários.

Desde que implantou o programa, a Deloitte percebeu economias de custo substanciais e ganhos de produtividade significativos devido ao grande aprimoramento da habilidade dos funcionários de se comunicarem em inglês.

em habilidades de comunicação e o subsequente aumento da produtividade.

O programa cresceu rapidamente e hoje o GlobalEnglish é oferecido em mais de 30 países, para mais de 2.500 funcionários. “A GlobalEnglish é perfeita para uma empresa global como a Deloitte”, disse Gleeson. “É oferecida de forma 100% online, e todas as instruções são oferecidas em 13 idiomas. E, devido ao fato de termos gerentes de contas estabelecidos em cinco continentes, recebemos um ótimo serviço em nível local. Com a GlobalEnglish, um só provedor pôde ser usado para todo o programa global”.

A Deloitte se consolidou com um ótimo serviço ao cliente e, portanto, esperava o mesmo de seus parceiros de treinamento, mas as decepções eram frequentes. “A maioria dos fornecedores indicava uma caixa postal para os usuários como ‘suporte’”, conta Gleeson. “Mas, eu realmente sinto que a equipe GlobalEnglish está tentando nos ajudar; não apenas resolvendo os problemas dos usuários, mas também identificando o que podemos melhorar em nossa empresa. Eles se esforçam para entender as necessidades únicas de nossas diferentes geografias, e isso fez toda a diferença para o nosso sucesso”.

Resultados

Alta satisfação

O percentual de funcionários da Deloitte que avaliaram de forma favorável a experiência com o serviço da GlobalEnglish foi de 86%. “O feedback da pesquisa nos mostrou que a GlobalEnglish se tornou popular pois é flexível para o estilo de vida pessoal e profissional de nossos funcionários”, disse Gleeson. “Nossos funcionários sabem que não podem aprender inglês em salas de aula, pois não é possível encaixar esse tipo de aula em sua programação. Eles apreciam a flexibilidade do serviço da GlobalEnglish: funciona para pessoas de todos os níveis e não há necessidade de começar da primeira aula e fazer o curso todo. Eles podem pular níveis e obter exatamente o que precisam, quando precisam”.

Melhor retenção

De acordo com jovens profissionais de mercados não falantes de inglês, o treinamento de inglês está entre as oportunidades de desenvolvimento mais desejadas, assim, a Deloitte otimizou seu programa GlobalEnglish para melhorar a retenção. “Como a Deloitte ofereceu um programa de treinamento de inglês tão eficiente e abrangente, somos mais bem sucedidos do que muitas empresas na Ásia em reter os melhores talentos”, disse Gleeson.

Redução de custos

A GlobalEnglish contribuiu de forma significativa para a diminuição de custos da Deloitte. “Claro que é mais barato realizar treinamento online do que em salas de aula, mas a Deloitte também economizou de outras formas. Somos capazes de atrair mais facilmente os bons candidatos, por isso, nossos custos de recrutamento estão reduzindo. Estamos mantendo os funcionários por mais tempo, então não estamos perdendo tempo e dinheiro com reforços. Por último, estamos menos dependentes de expatriados em nossos novos mercados, que apresentam um custo elevado. Esse programa provou ser muito valioso para a Deloitte”, disse Gleeson.

Melhor trabalho em equipe e melhor serviço ao cliente

“O mais impressionante para mim é que a nossa comunicação com o mundo agora está melhor e mais profunda, e nossas equipes estão trabalhando juntas de maneira mais eficiente”, disse Gleeson. “As reuniões são verdadeiras discussões e não apenas pessoas recebendo ordens. Quando um funcionário consegue se comunicar bem com

“ O interesse acaba sendo sempre o dinheiro, e nossos retornos em investimentos têm sido excelentes quando medidos em ganhos de produtividade. De acordo com os usuários, eles estão economizando em média 3,5 horas toda semana devido à melhoria de suas habilidades em inglês. ”

—Tony Gleeson,
Tony Gleeson, Diretor Global de Soluções e Programas de Aprendizagem, Deloitte

outro funcionário, eles podem construir um relacionamento. E, com isso, eles tendem a cuidar um do outro e compartilhar mais oportunidades de negócios”.

Melhor produtividade

Especificamente, os funcionários da Deloitte são mais eficientes agora com as seguintes tarefas: leitura e escrita de e-mails, produção de documentos e respostas a solicitações e perguntas em inglês. “Essa melhoria na produtividade é um benefício direto para nossos clientes. Em resumo, estamos fazendo mais em menos tempo, e nossos clientes estão felizes”, concluiu Gleeson.