ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 2 - number 25 Wednesday 16 may 2018

Come formare i tuoi clienti?

Come formare i tuoi clienti in modo da ottenere successo commerciale a lungo termine?

Vuoi offrire ai tuoi clienti una formazione che aumenti la loro fedeltà e dia valore al tuo brand?

Considera che ogni giorno su YouTube vengono visualizzati circa 5 miliardi di video: secondo Google, le ricerche dei tutorial stanno crescendo del 70% ogni anno. La tua azienda sta approfittando di questa tendenza? Stai offrendo formazione ai tuoi clienti?

Cosa intendiamo per formazione dei clienti?

La formazione del cliente è una formazione offerta ai clienti in modo che possano sfruttare appieno il prodotto o il servizio di un'organizzazione. Mentre l'assistenza clienti aiuta i clienti a risolvere i problemi dopo che si sono verificati, la formazione clienti è un mezzo per supportarli prima ancora che ne abbiano bisogno.

Quali sono le sfide per la formazione del cliente?

La principale sfida è la motivazione: a differenza dei dipendenti e dei partner, che hanno incentivi esterni per completare la formazione, per i clienti no la formazione è un esercizio del tutto volontario.
In secondo luogo, i tuoi clienti sono eterogenei: formerai persone che ricoprono diverse posizioni, parlano diverse lingue e hanno diversi stili di apprendimento.

Quali sono i vantaggi della formazione del cliente?

Offrire formazione ai clienti vuol dire responsabilizzarli, insegnando loro ad usare al meglio il tuo prodotto ... tanto che, diventando esperti, è probabile lo raccomanderanno ad altri.
Esiste, inoltre, un legame diretto e indiretto tra la formazione dei clienti e l'aumento della fedeltà: i clienti esperti (che sanno ottenere il massimo dal tuo prodotto) hanno maggiori probabilità di essere soddisfatti e meno probabilità di abbandonarti. Se riesci a mantenere i clienti in essere diminuirai i costi, in quanto, come sai, costa di più ottenere un nuovo cliente piuttosto che mantenere un cliente già esistente.
La formazione del cliente aumenta anche l'innovazione (che a sua volta aumenta i ricavi): man mano che i clienti utilizzano il tuo programma di formazione, riceverai preziosi feedback utili a migliorare il tuo prodotto.

Come formare i tuoi clienti in modo da ottenere successo commerciale a lungo termine?

1. Definisci il tuo scopo

Per impostare la strategia e definire i temi della formazione e i target a cui è rivolta, raccogli informazioni dai diversi reparti aziendali che sono quotidianamente a contatto con i problemi più comuni dei clienti.

2. Stabilisci obiettivi misurabili

Stabilire degli obiettivi misurabili ti aiuterà a monitorare l'avanzamento del progetto. Per essere misurabili, gli obiettivi devono

essere specifici, del tipo: "Vogliamo che il X% dei clienti inizi a utilizzare la funzione Y".
Obiettivi misurabili e specifici saranno utili nella creazione dei contenuti e nella valutazione del tuo programma di formazione.

3. Creare contenuti semplici da comprendere

I contenuti dovranno essere utili e coinvolgenti, quindi:

- **Sii sintetico**
  Sii sintetico nella durata del corso (30 minuti al massimo), nelle frasi (concise), nella lunghezza di ogni video (3 - 5 minuti). Infatti, se vuoi trattare un argomento complesso è meglio dividerlo in diversi moduli.

- **Sii umano**
  Anche se stai formando i tuoi clienti da remoto, imposta i contenuti come se dovessi esporli in aula: salta il gergo tecnico, racconta storie e coinvolgi i clienti.

4. Scegli il software appropriato per la formazione dei clienti

Avrai bisogno di un Learning Management System (LMS) per archiviare, distribuire e gestire i contenuti e renderli fruibili dai clienti.

5. Fornisci apprendimento informale e formale

Il tuo parco clienti è vario e quindi i pubblici della formazione sono diversi. Vuoi offrire solide basi di conoscenza in corsi strutturati, ma devi anche includere apprendimenti informali. Per fare ciò scegli un LMS che supporti i metodi di apprendimento formale e abbia anche funzioni per l'apprendimento sociale (mi piace, forum di discussione e webinar). Queste funzionalità incoraggiano gli studenti a condividere informazioni, porre domande e ottenere suggerimenti da altri clienti.

6. Rendi tutti partecipi

La formazione sarà più efficace se ricevi aiuto e informazioni da altri reparti della tua organizzazione focalizzati sul cliente, come il marketing e l'assistenza clienti.

7. Migliora il corso in progress

I programmi di formazione del cliente devono evolversi man mano che conosci meglio il tuo pubblico. Avrai bisogno di un LMS in grado di tracciare le metriche che potrai utilizzare per adattare e migliorare la tua formazione (per esempio la soddisfazione dei clienti rispetto alla formazione). Ottieni informazioni più specifiche utilizzando le informazioni che ricevi con le richieste di supporto dei clienti stessi. Quali sono i bisogni formativi specifici dei tuoi clienti?

8. Misura il successo della formazione

Gli LMS forniscono metriche sull'attività degli studenti utili a scoprire cosa sta funzionando e cosa è necessario rivedere nel tuo corso. Questi sono i parametri che ti daranno anche la possibilità di misurare il successo del corso. Verificando i risultati della formazione, confrontandoli con gli obiettivi misurabili stabiliti in principio.

Leggi l'articolo completo...