ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 4 - number 125 Wednesday 9 september 2020

Come e perché formare i propri clienti?

La formazione dei clienti ha il potenziale per creare relazioni proficue con i clienti. Scopriamo cos'è e come implementarla

Quando si parla di **formazione del cliente** (o customer education) ci si riferisce al ruolo delle aziende nel fornire ai consumatori le informazioni e le conoscenze utili per un corretto uso del prodotto o servizio offerto.

Formazione del cliente: vantaggi per l'azienda

Fornendo una presentazione completa del tuo prodotto farai in modo che i tuoi clienti ne apprezzino appieno le potenzialità e sfruttino tutti gli strumenti e le funzionalità disponibili senza problemi. Questo si tradurrà in un più alto livello di soddisfazione con un conseguente impatto positivo sul tuo business.L'educazione dei clienti ha il potenziale per creare **relazioni proficue e a lungo termine con i clienti**. Vediamo di seguito quali sono i principali benefici che la tua azienda può trarre dalla formazione dei clienti.

La formazione del cliente ne aumenta il livello di soddisfazione

Ricorda sempre che per quanto il tuo prodotto possa essere il migliore sul mercato, se il cliente è impacciato nel suo utilizzo non riuscirà ad apprezzarne il valore e sarà inevitabilmente insoddisfatto del prodotto. Ecco perché istruirlo e fornirgli tutte le informazioni necessarie per godere pienamente di tutte le funzionalità disponibili farà in modo che la sua esperienza sia positiva e soddisfacente.

La formazione del cliente migliora la fiducia nel tuo brand

Se assisti, supporti e informi il tuo cliente, questi avrà un'opinione positiva non solo del tuo prodotto, ma anche della tua azienda, che riterrà seria ed affidabile. Ciò aumenterà la probabilità che acquisti altri tuoi prodotti o servizi o li consigli ad altri. Insomma, godrai di tutti i vantaggi di una promozione spontanea e gratuita attraverso feedback positivi e passaparola.

La formazione del cliente migliora la qualità del tuo Customer Care

Un programma di formazione per clienti ti consente di creare materiale utile a fornire informazioni a un gran numero di clienti e di ridurre il numero di reclami e domande poste al Servizio Clienti. Questo perché i clienti sono in grado di usare correttamente il prodotto senza particolari criticità. Ciò significa che potrai riservare l'Assistenza clienti solo a quei clienti che segnalano problemi più complessi e assisterli in modo più rapido ed efficiente.

Come creare un programma di formazione per i clienti

Educare il cliente è fondamentale in tutte le fasi del suo ciclo di vita: dalla richiesta di informazioni all'acquisto, fino all'assistenza post-vendita. Ecco perché un buon programma di formazione deve cercare di rispondere alla maggior parte, se non a tutte, le domande che potrebbe avere durante l'uso del prodotto. A questo proposito, ricorda che "i tuoi clienti più infelici sono la tua più grande fonte di apprendimento" (Bill Gates). Individua quali sono le lamentele più comuni dei tuoi clienti e cosa li spinge a reclamare o a contattare l'assistenza clienti. Se sei consapevole dei problemi dei tuoi clienti, potrai risolverli prima ancora che si verifichino.

A seconda dei tuoi obiettivi, del pubblico e della complessità del prodotto, puoi offrire formazione ai clienti in diversi formati:

- e-mail e newsletter;
- blog aziendale per offrire contenuti su prodotti, servizi, funzionalità o best practices;
- sistemi di messaggistica online;· documenti di supporto e guide online;
- forum di assistenza;

- video e webinar;
- infografiche;
- contenuti social;
- ebook;
- etc.

Quali sono le caratteristiche dei tuoi clienti e prospect? Quali sono i loro punti di forza e di debolezza? Rispondere a queste domande ti aiuterà a capire quali sono i formati e i canali di distribuzione più adatti alla tua clientela.

In linea di massima, oggi i video rappresentano uno strumento molto potente per la formazione del cliente, specie se brevi (**microlearning**). Con i video potrai infatti mostrare, più ancora che spiegare, tutte le caratteristiche del tuo prodotto in modo incisivo, funzionale e concreto.

In alternativa alle pillole formative in video, potrai **realizzare webinar** in cui illustrare nuove funzionalità o concentrarti su specifiche caratteristiche. In caso di webinar, dai sempre ai clienti la possibilità di fare domande: questo ti consentirà di raccogliere feedback spontanei e allo stesso tempo rispondere ai loro quesiti.

Qualunque sarà il formato da te scelto, assicurati che le informazioni siano facilmente accessibili. Per programmi di formazione più completi, può esserti utile una **piattaforma LMS** con cui creare pillole formative, videocorsi e webinar e fare in modo che questi contenuti siano sempre disponibili per i tuoi clienti.

Leggi anche " **8 pratiche di successo per formare i clienti**".