ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 4 - number 120 Wednesday 8 july 2020

Corsi per vendite: come trasformarli in corsi eLearning

Con il lavoro a distanza anche la formazione alle vendite deve svolgersi online. Come spostare la conoscenza dei prodotti e le tecniche di vendita online?

Le vendite sono la linfa vitale di ogni azienda perché se i prodotti e servizi non arrivano al mercato di riferimento, l'attività cessa di esistere. Lo stesso può accadere se il messaggio non raggiunge il target adatto nel momento adatto. Per questo è importante puntare sulla formazione alle vendite, anche nel caso in cui il personale non possa essere fisicamente sul posto di lavoro. L'eLearning è l'unica soluzione per continuare a formare la forza lavoro sulle migliori tecniche di vendita, ma per essere efficace, non basta trasportare il materiale didattico pensato per i corsi in aula su un **LMS, learning management system**. Occorre invece rivederne il contenuto e il formato perché siano adatti a preparare i venditori alle nuove esigenze del mercato online. Ecco alcune idee per spostare la formazione alle vendite dall'aula alla rete, dal "negozio" fisico all'**e-commerce**.

Formazione vendite online: adattare il contenuto al web

Per gli addetti alle vendite che entrano per la prima volta nell'azienda si parla di **onboarding**, ossia di una formazione di benvenuto dove si spiegano principi e valori dell'azienda, i prodotti e i servizi che offre, per finire con una prova di vendita. Trattandosi di vendita online, il contenuto di un corso di questo tipo va arricchito con informazioni sulla comunicazione per il web. Oltre alle tecniche di chiamate a freddo, è importante che gli addetti alle vendite sappiano come e quando utilizzare **blog, e-mail marketing e social media** per intercettare e convertire i lettori. Un altro elemento essenziale è l'esperienza del cliente, ossia il percorso con cui un cliente viene ascoltato e trova risoluzione ai propri problemi con i prodotti e servizi dell'azienda. Il primo contatto online avviene attraverso le chat, per questo la formazione per addetti alle vendite deve includere esercitazioni con questo strumento online.

Quale formato scegliere per corsi eLearning in tecniche di vendita?

Il bello dell'eLearning è che può utilizzare linguaggi diversi per raggiungere i beneficiari dei corsi: testi, video, audio, lezioni per videoconferenza, forum di discussione e molto altro. Alcune soluzioni sono particolarmente indicate per il settore delle vendite:

- **Simulazioni**: simulando una conversazione con il cliente via chat o telefono il venditore può esercitarsi nella gestione del cliente e nella presentazione dei prodotti o servizi aziendali, anche grazie al confronto con le esperienze dei colleghi.
- **Microlearning**: specie per le aziende che hanno una vasta gamma di prodotti o un catalogo costantemente aggiornato, il microlearning può essere utile per gestire in maniera autonoma l'apprendimento.
- **Videochat**: confrontarsi con colleghi più esperti o specializzati è uno dei modi migliori per imparare anche in maniera informale.

Come aumentare il coinvolgimento nella formazione alle vendite online?

La distanza fisica dal posto di lavoro e dai colleghi può risultare difficile nel corso del tempo. Per mantenere alta la motivazione e il coinvolgimento degli addetti alle vendite in un corso online si devono prevedere momenti ludici e di interazione sociale. Nell'eLearning, si parla di **gamification**, ossia l'inserimento di elementi di gioco in un corso online, e di **social learning**, vale a dire il principio per cui l'apprendimento è un fatto sociale che passa per le interazioni con gli altri. Per esempio, si potrebbe pensare a delle esercitazioni a punti dove vince il lavoro di squadra e non il singolo venditore.

Un corso online per addetti alle vendite online dovrebbe includere il **content marketing** tra i contenuti didattici, prevedere simulazioni e **microcontenuti**, per favorire l'autoapprendimento, senza dimenticare elementi di gioco e momenti di interazione

sociale per mantenere sempre alta la motivazione.