ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 4 - number 131 Wednesday 21 october 2020

Customer education ed eLearning: alcuni esempi

Quando diventa necessaria la formazione del cliente e come può essere realizzata con l'eLearning?

Brochure, manuali, foglietti illustrativi ma anche email e newsletter non sono più necessari per formare i clienti sull'uso dei propri prodotti, far acquisire loro nuove **competenze e conoscenze** e trasformarli in clienti più consapevoli. Questo è il significato di **customer education** e con l'eLearning questo processo può essere molto più interattivo, coinvolgente e rapido. Specie nel lancio di un nuovo prodotto, la formazione del cliente può essere condotta in parallelo con lo sviluppo e il miglioramento del prototipo o prodotto finale. Quando è necessario formare i clienti e in che modo lo si può fare con un corso eLearning?

Formazione dei clienti: quando è necessaria?

Un'azienda che offre soluzioni B2B, per esempio software per la gestione aziendale o prodotti di natura tecnica che vengono adottati nella produzione, ha tutto l'interesse a fare in modo che il cliente conosca, sappia usare e possa fornire un feedback sul nuovo prodotto. Aziende di e-commerce o anche aziende a contatto con il pubblico che adottano nuovi strumenti, per esempio per l'acquisto o la prenotazione di beni e servizi online o in negozio, hanno la necessità di rivolgersi direttamente all'utente finale. **Fedeltà e conoscenza del brand** sono solo alcuni dei **vantaggi della customer education**. Ogni volta che si vogliono raggiungere questi obiettivi, formazione, informazione e fedeltà, è necessario formare il cliente.

Come fare customer education con l'eLearning

Il vantaggio dell'eLearning rispetto agli strumenti cartacei o elettronici tradizionali per la formazione del cliente, come manuali o newsletter, può essere ricondotto a un duplice binario:

- L'**esperienza del cliente**, migliorata grazie all'interattività, al gioco e alla flessibilità di un corso online
- La possibilità di tracciare l'apprendimento del cliente tramite un **LMS, learning management system**, ottenendo statistiche e feedback dettagliati utili a migliorare il prodotto

Detto questo, per creare un corso eLearning per i propri clienti, si seguono gli stessi passi di qualunque altro corso online:

- **Analisi dei bisogni**: quali sono le problematiche connesse all'uso del prodotto o servizio? Quali informazioni sono importanti per conoscere il prodotto, servizio o marchio?
- **Analisi dei beneficiari**: chi sono i clienti in termini di età, gusti, lingue parlate? In che modo preferiscono apprendere tra video, gioco, webinar, testo, podcast?

Da questa analisi preliminare parte la definizione degli **obiettivi formativi** e delle modalità di trasmissione a un certo tipo di cliente, nella lingua che conosce.

Alcuni esempi di formazione dei clienti

Uno dei modi più efficaci per mostrare al cliente come funziona un nuovo prodotto, specie se digitale, è fare una simulazione. Con uno **strumento di authoring** appropriato o un **LMS con un editor integrato**, si possono creare **simulazioni** esplicative che sono molto più intuitive di un foglietto illustrativo. In questo modo, si ottiene anche il feedback utile per migliorare un prodotto e risolvere i problemi prima ancora che arrivino al **servizio clienti**.

Altre modalità di formazione del cliente online sono:

- **Giochi interattivi**, specie se l'obiettivo è coinvolgere e fidelizzare il cliente. Lanciare delle sfide ad altri clienti è un modo per rafforzare la conoscenza del marchio.
- **Microcontenuti** da usare al momento del bisogno. Migliorano l'esperienza del cliente lasciando intatta la flessibilità tipica dell'eLearning che permette di apprendere quando, dove e come si vuole.

La formazione dei clienti è necessaria ogni volta che un'azienda ha bisogno di informare, educare e fidelizzare. Usare l'eLearning significa poter raggiungere un cliente con i contenuti come e quando ne ha bisogno e nella propria lingua. Simulazioni, giochi interattivi e microcontenuti sono alcuni modi per favorire la customer education con un LMS.