ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 5 - number 169 Wednesday 28 july 2021

eLearning B2B: come formare i partner

Come estendere la formazione aziendale a partner e rivenditori e mantenere alti la condivisione dei valori aziendali e i profitti.

Quando si pensa alla formazione aziendale la si associa ai dipendenti che devono acquisire le competenze e conoscenze necessarie per raggiungere gli obiettivi aziendali. In realtà non son gli unici: partner come i rivenditori o i distributori, non solo contribuiscono con le vendite, ma rappresentano anche l'azienda davanti al cliente finale. Per questo, la formazione rivolta ai partner dovrebbe essere diretta non solo al prodotto ma anche ai valori aziendali. Ecco come contribuire alla **formazione dei partner** tramite l'eLearning.

Valutare i bisogni formativi dei partner aziendali

Con il termine generico di partner si intendono tutte le figure ed entità esterne coinvolte nei processi aziendali: consulenti, rivenditori, affiliati, distributori, per esempio. Nella misura in cui queste figure vendono il prodotto o il servizio dell'azienda dovrebbero ricevere una formazione adeguata per poter raggiungere i risultati prefissati. Si possono creare dei sondaggi per fare l' **analisi dei bisogni**. In questo modo si può capire subito, a livello individuale, su cosa incentrare la formazione: tecniche di vendita, marketing, formazione sul prodotto.

Trasmettere valori e obiettivi aziendali

Dato che i partner rappresentano l'azienda anche sui social è importante formarli sui valori aziendali e su come trasmetterli al cliente. Il modo migliore è condividere dei video sulla **storia aziendale** e usare tecniche di storytelling che creino immedesimazione tramite personaggi rappresentativi dell'azienda. Quanto agli obiettivi aziendali, devono essere specificati in maniera chiara all'inizio della formazione. Come con i dipendenti, stabilire degli **obiettivi chiari, verificabili e misurabili** in un dato periodo aiuta a valutare l'efficacia della formazione, ma anche le performance.

Rispondere alle domande dei clienti

Per un venditore non c'è niente di più alienante che doversi bloccare nella vendita di un prodotto perché non riesce a rispondere alle domande dei clienti. Anche nella **vendita di prodotti** di natura tecnica, i commerciali dovrebbero essere formati sulle domande più frequenti e avere indicazioni chiare per poter preparare il terreno per la figura tecnica preposta alla vendita.

Con l'eLearning si possono realizzare delle simulazioni di conversazione, con cui i rappresentanti di commercio o i rivenditori possono prepararsi a rispondere alle obiezioni del cliente, contribuendo così alla customer retention e a sua volta, alla **formazione del cliente**.

Scegliere come distribuire la formazione

Un LMS è il sistema ideale per formare partner dislocati sul territorio nazionale o all'estero. Ognuno può accedere alla piattaforma e usufruire della formazione in qualunque momento. Altri **vantaggi del LMS** sono la possibilità di coinvolgere i partner e creare la dimensione di gruppo usando webinar sondaggi, forum di discussione. Queste funzioni possono anche essere usate per avere un feedback sulla formazione e modificarne i contenuti di conseguenza, coinvolgendo i partner stessi nella generazione di tali contenuti. I partner, per esempio, possono portare la propria "esperienza sul campo" con i clienti e aggiustare la formazione in base ai bisogni reali.

La formazione dei partner è importante per aumentare le vendite e mantenere la reputazione del marchio. Un LMS aiuta a stabilire chiari obiettivi formativi e di vendita, formare partner in ogni momento e ogni luogo, coinvolgendoli nel processo formativo.