ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 7 - number 234 Wednesday 15 february 2023

Formazione dei clienti: cos'è e perché è importante

La formazione dei clienti sta diventando sempre più importante per le aziende. Cerchiamo di capire di cosa si tratta e perché è così popolare.

Sempre più aziende si stanno concentrando sulla **formazione dei clienti** per migliorare la User Experience. L'obiettivo di questo tipo di formazione è di fornire ai consumatori le informazioni e le conoscenze utili per un corretto uso del prodotto o servizio offerto oppure comunicare i valori e la mission aziendale per creare un rapporto più stretto con i consumatori.

Secondo un **rapporto di Salesforce**, il 76% dei consumatori si aspetta che le aziende comprendano le loro esigenze. Con le aspettative dei consumatori ai massimi storici, il miglioramento dell'esperienza complessiva contribuirà in ultima analisi a garantire che le esigenze dei consumatori siano soddisfatte. Questa esigenza dei consumatori ha fatto sì che le aziende si concentrino sempre di più sul concetto di formazione del cliente, un settore in cui la formazione e il marketing si uniscono per migliorare l'esperienza dell'utente.

In questo articolo esploriamo il ruolo che la formazione dei consumatori può avere sull'esperienza dell'utente e quali sono le migliori pratiche per metterla in atto.

Che cos'è la formazione dei clienti?

Prima di addentrarci in questo argomento, è necessario capire cos'è la formazione dei clienti e perché è importante per le organizzazioni.

L'educazione del cliente descrive **le iniziative che un'azienda segue per educare i propri clienti sui propri prodotti e servizi, in modo che questi sviluppino una comprensione di come possono essere utilizzati efficacemente**. La formazione dei clienti ha lo scopo di coinvolgere e fidelizzare i clienti nuovi ed esistenti, di solito attraverso un onboarding guidato o attraverso una formazione del cliente autonoma, detta on-demand.

Il concetto di formazione dei clienti non è una novità, ma negli ultimi anni la formazione dei clienti ha registrato sviluppi sostanziali. Un' **indagine di Thought Industriesy** ha rilevato che nel 2021 il 90% dei programmi di formazione dei clienti è cresciuto, con oltre il 60% degli intervistati che ha aumentato gli investimenti di oltre il 30%.

L'importanza della formazione dei clienti

Quando un cliente entra nel vostro sito web per la prima volta, la sua esperienza ha un inizio, una parte centrale e una fine: le **prime fasi** del processo sono le più importanti per assicurarsi che ritorni. Quando i clienti iniziano ad esplorare il sito, i contenuti educativi sul prodotto e sull'azienda avranno un impatto significativo sulle **decisioni di acquisto** e sulla **fiducia nel marchio**.

In generale, possiamo dire che una formazione del cliente di successo serve per:

- **Avvantaggiare le aziende e i clienti**
- **Accelerare la crescita aziendale migliorando l'esperienza del cliente**
- **Modificare i comportamenti**
- **Ridurre le barriere al valore aziendale**

I clienti soddisfatti infatti hanno maggiori probabilità di tornare e sono disposti a pagare di più. Un rapporto di SuperOffice ha rilevato che l'86% degli acquirenti pagherà di più per un'ottima esperienza del cliente. Dunque l'introduzione di validi programmi di formazione dei clienti si rivelerà un modo incredibilmente efficace per migliorare l'esperienza e l'opinione dei clienti nei confronti della vostra azienda.

I vantaggi della formazione dei clienti

Quando mettono in atto un programma di formazione dei clienti, le aziende ottengono una serie di vantaggi:

- **Riduzione del time-to-value**: La formazione dei clienti è un modo migliore per aiutare gli utenti a trovare il valore del vostro prodotto il più rapidamente possibile. Con una vera comprensione del vostro prodotto e del valore che apporta, le organizzazioni vedranno probabilmente tassi di adozione molto più rapidi.
- **Miglioramento dell'adozione, del coinvolgimento e della fidelizzazione al prodotto**: La formazione dei clienti fornisce agli utenti le risorse e il supporto di cui hanno bisogno per trovare valore del vostro prodotto, il che è essenziale per l'adozione, il coinvolgimento e la fidelizzazione. Secondo un rapporto della Technology and Services Industry Association (TSIA), infatti, dopo la formazione il 68% dei clienti dichiara di utilizzare maggiormente i prodotti.
- **Maggiore flessibilità e scalabilità**: La formazione on-demand per i clienti è disponibile ovunque e in qualsiasi momento, consentendo alle aziende di supportare un maggior numero di clienti e di ottenere risultati migliori. Grazie all'assenza di restrizioni, i clienti possono ricevere la stessa formazione di alta qualità nel loro tempo libero.
- **Riduzione dei costi di formazione dei clienti**: La formazione di persona è costosa e inefficiente. Con la formazione on-demand, il materiale può essere fornito a chiunque, per sempre, nella misura desiderata dal cliente, favorendo un uso efficiente di tempo e risorse.
- **Riduzione del costo di assistenza clienti**: Un'azienda può ridurre i costi del team di assistenza clienti sviluppando contenuti formativi mirati a specifiche aree problematiche. Di conseguenza, i preziosi membri del team avranno il tempo di concentrarsi sui clienti in modo più strategico e di contribuire in modo più efficace a raggiungere i risultati aziendali.
- **Onboarding più rapido**: Tutte le aziende sanno che l'onboarding dei clienti è un fattore chiave per attirare e mantenere la soddisfazione dei clienti. Introdurre una formazione e un addestramento sufficienti in questa fase iniziale sarà fondamentale per garantire che i clienti possano comprendere a pieno il vostro prodotto.

I clienti sono la linfa vitale di ogni azienda e per questo motivo sono intenzionate a mantenere alta la loro soddisfazione. L'insieme dei vantaggi offerti da una migliore istruzione e formazione dei clienti è un modo efficace per promuovere e sostenere un'esperienza del cliente di alta qualità, un fattore chiave per i risultati aziendali. Secondo un **rapporto di Forbes**, infatti, le organizzazioni con un'esperienza cliente di prim'ordine generano un fatturato 5,7 volte superiore rispetto ai concorrenti che non tengono il passo.

Come metterla in atto

Abbiamo visto quali sono i vantaggi della formazione dei clienti, ma come possono fare le aziende a migliorare i loro programmi per garantire che i clienti siano educati ai prodotti e ai servizi nel modo giusto? Le aziende possono rivedere e aggiornare adeguatamente i loro sistemi attraverso:

1. Verifica sulla formazione dei clienti

Il primo passo per le aziende che vogliono migliorare la formazione dei clienti è la verifica dei programmi di apprendimento attualmente in atto e dei risultati che stanno producendo. Questo sarà fondamentale per ottenere una visione più approfondita di ciò che funziona, di ciò che non funziona e di quali sono i passi successivi per migliorare efficacemente questi sistemi. La verifica dovrebbe comprendere le seguenti attività:

- Raccogliere le risorse educative attualmente disponibili per i clienti.
- Esaminare come i clienti possono accedere a queste risorse
- Identificare quando i clienti ricevono quale risorsa
- Esaminare i dati disponibili riguardo il coinvolgimento degli utenti

2. Affrontare le lacune formative

Dopo aver verificato le attuali risorse educative per i clienti, sarà fondamentale affrontare le lacune scoperte durante il processo per promuovere un programma efficace e di successo. Per affrontare queste lacune le aziende devono considerare:

- I contenuti e le risorse di eLearning necessari per colmare le lacune formative.

- Le risorse a disposizione, per esempio se si usa un sistema di gestione dell'apprendimento (LMS) si potrebbero già avere a disposizione le risorse che servono.
- I piani per distribuire i contenuti formativi in futuro

3. Sfruttare gli LMS per costruire il programma di formazione dei clienti

I **sistemi di gestione dell'apprendimento (LMS)** sono un'opzione sempre più valida per le aziende che stanno mettendo mano ai processi di formazione aziendale, per il **costo** e perché molte aziende **usano già questi sistemi** per la loro formazione aziendale.

Questi sistemi sono diventati molto popolari nella formazione aziendale tanto che i principali consumatori dei sistemi di gestione dell'apprendimento sono i dirigenti aziendali (65%) e i manager (35%). Infatti, la formazione dei clienti può essere scoraggiante per le organizzazioni. Di conseguenza si stanno implementando software e strumenti avanzati per la formazione dei clienti per aiutare le organizzazioni ad aggiornare i loro sistemi in modo rapido ed efficace. Questi strumenti possono facilmente essere aggiunti agli LMS.

Perché affidarsi agli LMS? Questi sistemi rappresentano la tecnologia principale che le aziende usano per gestire la formazione; dunque, sono già diffusi e sono un modo efficace per centralizzare tutte le risorse educative a cui i clienti possono facilmente accedere in qualsiasi momento e ovunque si trovino.

Come scegliere un LMS giusto per la formazione del cliente

Cosa dovrebbero cercare le aziende interessate a introdurre una soluzione LMS per migliorare la formazione dei clienti?

- **Scalabilità**: La scalabilità è una caratteristica essenziale per i software di apprendimento e formazione, e si riferisce alla **capacità di crescere** con la crescita dell'azienda. Man mano che la vostra organizzazione cresce e acquisisce nuovi clienti sarà fondamentale scegliere opzioni scalabili per assicurarvi di avere le risorse e il supporto necessari per gestire la crescita dell'azienda.
- **Agilità**: La scelta di un LMS agile in cui l'individuo è al centro del processo di sviluppo, che si tratti dell'utente o dello sviluppatore stesso, e che deve essere in grado di **intercettare i bisogni dell'utente, raccogliere le sue richieste, elaborarle e tradurre correttamente**. Questo apre le porte alle aziende per diventare più efficienti e abili nel gestire le mutevoli esigenze e preferenze dei clienti, cosa fondamentale considerando che il 92% dei dirigenti ritiene che l'agilità organizzativa sia fondamentale per il successo aziendale, secondo un rapporto del Project Management Institute (PMI).
- **Analisi**: Per apportare le giuste modifiche ai programmi di formazione dei clienti, le aziende devono disporre di informazioni sufficienti. Scegliere un LMS in grado di **analizzare i dati raccolti e fornire dei report chiari**, approfonditi e completi è fondamentale per avere una visione approfondita di ciò che funziona e di ciò che non funziona. In questo modo l'azienda può prendere decisioni basate sui dati per migliorare le strategie attuali e ottimizzare l'esperienza di apprendimento dei clienti.