

LegnanoNews

Le news di Legnano e dell'Alto Milanese

5 ragioni per puntare sul customer training

divisionebusiness · Monday, May 8th, 2023

Quando si scrive o si parla di formazione aziendale, si dà per scontato che ci si riferisca alla formazione dei dipendenti – che è ormai una pratica consolidata in tante aziende (o almeno, si spera!). La **formazione dei clienti**, invece, passa spesso in secondo piano, nonostante sia un'ottima strada da percorrere, in grado di portare dei benefici significativi all'azienda stessa.

In questo articolo, dunque, [grazie ad Apprendoo vi parliamo del ruolo sempre più importante che il Customer Training sta assumendo](#) – in particolare al giorno d'oggi, nel periodo della Digital Transformation.

Alla fine, avrete compreso il motivo per cui puntare sulla formazione dei clienti costituisce un'ottima strategia che porta ad ottenere un vantaggio competitivo indiscutibile. Non solo: è anche facile da mettere in pratica per tutte quelle aziende moderne e orientate ad una *learning culture* che non si limita ad essere rivolta solo all'interno, ma che viene estesa anche verso l'esterno – iniziando proprio dai clienti.

Le basi di una Customer Experience vincente

La formazione dei Clienti si rende utile e necessaria – tanto quanto lo è l'apprendimento continuo dei dipendenti – in virtù della loro curiosità, della loro fame di conoscenza. Il problema è che di solito **non sanno dove trovare le informazioni che cercano e le risposte di cui hanno bisogno**, essendo privi di una piattaforma e-learning a loro dedicata.

Ad esempio, sui siti delle organizzazioni ci sono moltissime informazioni che potrebbero rivelarsi utili per il Cliente e che invece rimangono “nascoste” (nelle FAQ, nelle Guide o nei Termini di Servizio, per esempio). Proprio per questo motivo, sarebbe estremamente utile metterle in evidenza, magari attraverso dei micro-corsi appositamente creati e messi a disposizione su un portale dedicato.

Oppure ancora: non credete che sarebbe fantastico poter **assistere i vostri clienti affinché possano utilizzare al meglio i prodotti che vende la vostra azienda?** Magari aiutarli con istruzioni specifiche e accurate o con buone pratiche e suggerimenti può essere la strada giusta da percorrere, per rendere l'esperienza generale estremamente positiva – soprattutto quando si tratta di prodotti nuovi (o di nuove versioni di prodotti già esistenti) sul mercato.

L'obiettivo, a prescindere dalle vie che percorrerete per raggiungerlo, è il medesimo: offrire la

miglior Customer Experience possibile. **Fornire delle informazioni utili in maniera chiara e immediata** – sottraendole all’oblio in cui solitamente ristagnano – è una strategia vincente, poiché significa fornire una documentazione facilmente accessibile, e dunque più assimilabile – fruibile **attraverso una serie di corsi** che spiegano ai vostri clienti come utilizzare al meglio ogni prodotto che hanno acquistato.

Customer Training significa anche aumentare l’engagement

Se però vogliamo individuare la ragione più importante per formare i vostri clienti, dobbiamo prendere ispirazione da Apprendoo e menzionare l’**engagement** (sì, ormai sembra quasi una parola magica – e di fatto lo è, nell’universo della vendita). I corsi di formazione per i clienti sono un vero e proprio ponte, che vi permette di collegarvi con i loro bisogni con un linguaggio completamente nuovo rispetto a quello del marketing o dell’assistenza clienti. Stiamo parlando di un rapporto insegnante-studente, che incoraggia la costruzione di una relazione di **fiducia**, nonché di una solida **brand loyalty**. Inoltre, alle informazioni vi si accede solo quando si ha bisogno, ricalcando le modalità già note dell’**apprendimento just in time**.

5 ragioni per proporre il Customer Training ai vostri clienti

Vediamo insieme le 5 principali ragioni per iniziare a formare i vostri clienti.

1) La formazione dei clienti crea fiducia

Parte tutto da un bisogno: quello del cliente di sapere di più su un determinato prodotto. Se voi come azienda potete fornirgli queste informazioni in maniera chiara e strutturata, nonché aiutarli a trarre il meglio dal vostro prodotto, il risultato che otterrete sarà una buona dose di fiducia nei vostri confronti. Vi saranno grati per l’attenzione che gli state dedicando, fidatevi.

In particolare, per le aziende del settore software-as-a-service (SAAS), dove il tasso di abbandono rappresenta spesso una criticità, il Customer Training è un ottimo modo per **coinvolgerli** e **fidelizzarli**. Un’idea sarebbe anche quella di offrire ai clienti una certificazione una volta portato a termine un corso, come riconoscimento delle loro competenze e della loro professionalità; si tratterebbe di un contributo più che concreto per consentire loro di migliorare le proprie performances.

2) Aiuta chi acquista il vostro prodotto o servizio ad utilizzarlo al meglio

Nel momento in cui un cliente compra un prodotto o un servizio, fa un investimento: perché non restituirgli il favore assicurandoti che ne tragga il massimo vantaggio? Ci stiamo riferendo, ad esempio, a **programmi di onboarding per nuovi clienti** – ovvero corsi base a supporto e introduzione al nuovo prodotto; oppure **micro-corsi sulle new releases**, con consigli e “how to”. Non è escluso che poi, nel momento del bisogno, possano essere messi a disposizione **corsi più specifici per portare le competenze al livello successivo**.

Si tratta di un intero universo di possibilità, tutte orientate alla soddisfazione del cliente – e di conseguenza all’aumento del ROI aziendale.

3) Il marketing passa anche attraverso la formazione dei clienti

Offrire la possibilità di usufruire di un programma di formazione su prodotti e servizi ha un'efficacia misurabile anche nell'ambito del marketing. I clienti, infatti, sono più propensi ad acquistare ove vengono offerte opportunità di **coaching**.

Il rapporto che si instaura attraverso i percorsi di formazione contribuisce ad aumentare il coinvolgimento – dettaglio fondamentale quando si parla di vendite. I clienti devono sceglierli perché apprezzano il vostro brand e ne sono fan (vedi il caso Apple, se vogliamo citare una tra le big). Inoltre, l'accesso ad una piattaforma online li incoraggia ad esplorare altri prodotti e servizi, scoprendo a cosa servono e perché potrebbero fare al caso loro!

4) Più Customer Training, meno chiamate al Customer Service

Secondo un report di PWC, **ogni chiamata al Servizio Clienti rappresenta un costo per l'azienda** di almeno 3€. I reclami gestiti online, invece, costano meno, ma sono comunque spese evitabili attraverso una formazione clienti online che mira a renderli autonomi ed esperti nell'utilizzo del prodotto e del servizio acquistato. Tra l'altro, la maggior parte delle chiamate effettuate (Bain and Company parla addirittura del 70%) riguarda questioni estremamente semplici e facilmente risolvibili, per le quali l'assistenza è veramente superflua.

Anche in questo caso, la via più efficace da percorrere è quella del *microlearning* e dei contenuti *in pillole*, facili e veloci da seguire.

5) Non offrire aiuto ai clienti significa costringerli a cercarlo altrove

Se un cliente acquista un prodotto o un servizio, non fornirgli istruzioni efficaci su come usarlo lo costringerà a cercare il classico tutorial su YouTube. **Il rischio però che trovi informazioni errate è troppo alto** e ciò non farebbe che aumentare le chiamate al Servizio Clienti. Immaginiamo che vogliate evitarlo, dopo aver letto il punto 4.

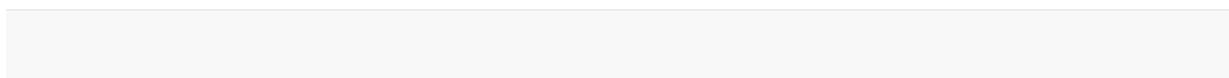
Una academy online dedicata al Customer Training costituisce un ottimo veicolo per trasmettere nozioni corrette, verificate, aggiornate e veramente utili.

Per riassumere

La formazione dei clienti è un'ottima strategia per insegnare come fruire al meglio dei prodotti o dei servizi che vendete. Un contatto di questo tipo aumenta il coinvolgimento del cliente, costruendo un rapporto di fiducia nel vostro brand che lo porta ad essere fidelizzato.

Creare corsi, più o meno specifici, indirizzati ai vostri clienti è anche un modo per abbattere i costi del servizio clienti, prevenendo qualsiasi loro bisogno. Non solo: dando loro la possibilità di affidarsi a informazioni ufficiali e veritiere piuttosto che a tutorial su internet, si riducono drasticamente i problemi per l'uso scorretto di prodotti e servizi.

È il momento giusto per puntare sul Customer Training, parola di Apprendoo!



This entry was posted on Monday, May 8th, 2023 at 6:03 pm and is filed under [Altre news](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.