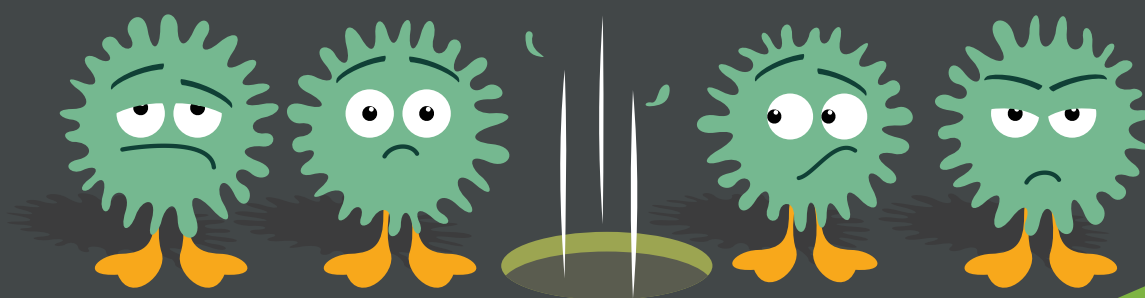


5 ERRORI COMUNI NELLA **FORMAZIONE** DELLO STORE STAFF E COME EVITARLI



| | |
|--|----|
| Il talento nel punto vendita | 3 |
| La formazione per lo sviluppo dei talenti | 5 |
| I 5 errori da evitare nella formazione dello store staff | 6 |
| | |
| <i>Autovalutazione</i> | 11 |

a cura di



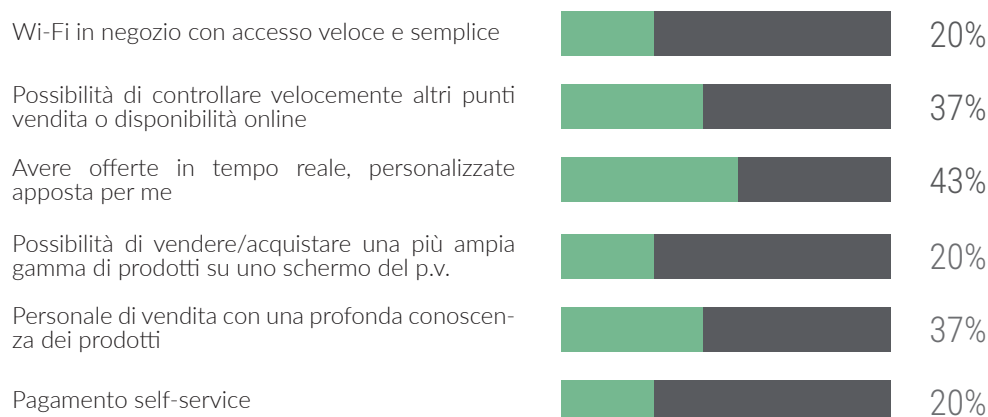
IL TALENTO NEL PUNTO VENDITA

“Il talento dello staff di punto vendita può contribuire ad aumentare la performance del negozio?” La risposta è sì, e il momento storico sembra essere quello giusto.

Total Retail 2016- PwC

Secondo le ricerche, avere a disposizione uno store staff talentuoso, in grado di supportare iniziative locali e aumentare le aspettative del cliente, costituisce un vero fattore distintivo.

COSA RICERCA OGGI IL CONSUMATORE ALL'INTERNO DEL PUNTO VENDITA Quale dei seguenti servizi potrebbe rendere migliore la sua esperienza in negozio?




E' corretto dunque che la tua azienda si aspetti di più dallo staff di punto vendita, non solo in termini di risultati di vendita. E se stai pensando di investire nella formazione, devi sapere che non sei solo: il 94% delle aziende investe in una qualche forma di formazione alle vendite.


Non solo. Nel 2014 le aziende più mature hanno aumentato del 10% la spesa in Formazione e Sviluppo rispetto all'anno precedente (*Deloitte*).

Anche gli studi dell'Università di Wharton lo confermano: la formazione allo store staff ed il customer service hanno un impatto positivo sulla soddisfazione del cliente e quindi sulle vendite.

Ma quale modello di formazione è più efficace per sviluppare il potenziale dello staff di punto vendita?

 formatore
coaching

 conoscenze


competenze

 eLearning

FORMAZIONE

sviluppo
→

evento

 mLearning

social

formale-informale

LA FORMAZIONE PER LO SVILUPPO DEI TALENTI NEL PUNTO VENDITA




Progettare e realizzare la formazione per lo store staff è una delle attività più complesse che le aziende, ed in particolare gli area manager e store manager si trovano ad affrontare. I programmi di formazione devono bilanciare gli **argomenti** da sviluppare (conoscenza del prodotto, procedure amministrative, tecniche di vendita) con il **livello di abilità** che il dipendente deve raggiungere su ciascuno di essi.

La chiave è guidare lo staff di punto vendita verso un cambiamento reale e duraturo nel comportamento.

Purtroppo non accade così spesso come vorremmo, di registrare cambiamenti duraturi nel comportamento. Quali possono essere le ragioni?

La formazione efficace e di qualità è una sfida che richiede un approccio alla definizione più riflessivo e più contemporaneo, nonché l'adozione di una visione strategica.

Infine, molte aziende e formatori devono ancora adattarsi ai grandi cambiamenti relativi alla modalità di lavoro e di reperimento delle informazioni che le nuove generazioni utilizzano. Questa nuova generazione- cresciuta con la tecnologia, guidata dai social media e abituata a prestare attenzione per tempi limitati- ha delle aspettative e dei bisogni completamente nuovi quando si tratta di formazione e sviluppo professionale.

-  **I Millennials, ovvero quelli nati tra gli anni '80 e '90, spingono per l'adozione di soluzioni digitali per la formazione in azienda.**
-  **Il 75% dei dipendenti preferisce guardare un video piuttosto che leggere un documento , una email o un articolo.** *(Forrester Research)*
-  **I programmi di training che prevedono simulazioni e giochi richiedono il 50% in meno di tempo per il completamento e migliorano sensibilmente il coinvolgimento sul lungo periodo.** *(Deloitte)*

Se anche la tua azienda si ritrova nelle difficoltà e nei problemi appena presentati, sarai sicuramente interessato a scoprire quali sono i **5 errori da evitare** per creare un programma di formazione efficiente per lo store staff, così come le strategie da adottare.

I 5 ERRORI DA EVITARE NELLA FORMAZIONE DELLO STORE STAFF

#1

Troppa enfasi sui contenuti e poca attenzione al processo

Un errore comune è pensare che esista la migliore soluzione per l'attività di formazione, capace di trasformare i risultati di vendita. La tendenza è dunque di adottare sistemi basati unicamente sulla condivisione di contenuti di qualità, senza dare importanza al processo di apprendimento e agli aspetti specifici che caratterizzano l'azienda.

Questo atteggiamento porta inevitabilmente a dare troppa enfasi al "cosa" si vuole trasmettere e poca o nessuna considerazione al "come" si vogliono trasmettere i concetti.

Come evitare l'errore

Per essere veramente efficiente e determinare performance eccellenti, la formazione deve essere strutturata come un sistema che includa i diversi aspetti del processo di vendita specifico di ciascuna azienda.

Contenuti di qualità, metodi appropriati per l'erogazione, piani e attività per il consolidamento di concetti chiave, applicativi e device per la fruizione, assessment valutativi dell'apprendimento e dei potenziali gap da colmare sono tutti aspetti essenziali per un processo di formazione veramente completo ed efficiente.



Componenti per un efficace sistema di formazione per la vendita (The Brevet Group)

#2

Non integrare la Formazione Prodotto con la Formazione Vendita

La profonda conoscenza del prodotto da parte dello store staff è sicuramente una caratteristica molto apprezzata dal cliente. Questo punto di forza può però presto trasformarsi in debolezza quando l'approccio alla vendita risulta troppo product-centric, andando a prestare poca attenzione ai reali bisogni e richieste del cliente.

Altre volte, l'attenzione è focalizzata sull'ottenimento di risultati di vendita attraverso metodi e comportamenti che non riflettono i valori aziendali e trasmettono al cliente una sbagliata (o addirittura negativa!) customer experience.

Tali atteggiamenti si presentano quando vengono escluse dal progetto formativo le soft skills, quali motivazione, professionalità, accoglienza, ascolto ecc.. per concentrarsi solamente sulla conoscenza specifica del prodotto.

Come evitare l'errore

In un mercato in continua crescita, popolato da clienti sempre più consapevoli ed esigenti, le cosiddette "soft skills" non possono essere sottovalutate. L'obiettivo è creare uno store staff capace di generare un'ottima customer experience e aumentare i risultati aziendali.

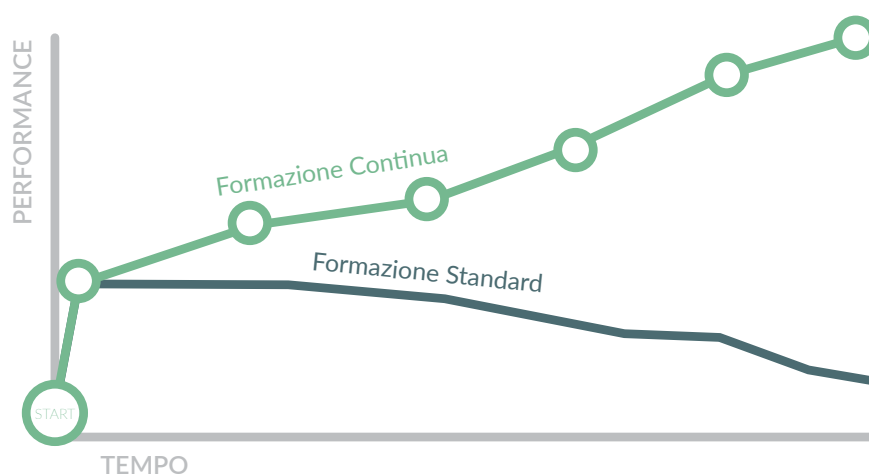
Esistono ad oggi diversi metodi di condivisione dei contenuti riguardo queste tematiche, andando a stimolare l'utente con tecniche innovative quali gamification, simulazione role play, ecc..

#3

Adottare un singolo intervento di formazione

L'87% delle nuove conoscenze apprese dallo store staff vengono dimenticate nel giro di 12 settimane. (Xerox)

Sovraccaricare il personale di informazioni durante un unico evento può generare confusione ed il mancato apprendimento di tutti quelli che sono gli obiettivi formativi prefissati. Pensare dunque che un singolo intervento formativo possa dare risultati duraturi rappresenta una vera contraddizione.



Efficienza dei metodi formativi nel lungo periodo

Come evitare l'errore

La nuova organizzazione del lavoro, le caratteristiche generazionali dei dipendenti, nonché le più recenti conoscenze dei meccanismi di apprendimento, impongono all'azienda di adottare un modello "al momento del bisogno".

Il microlearning sembra essere la soluzione: contenuti formativi di breve durata, in formati digitali innovativi e distribuiti nel tempo attraverso differenti tool. Sono queste le caratteristiche alla base del modello formativo che sempre più aziende di successo adottano nel mondo.

L'approccio del microlearning facilita l'assimilazione dei concetti e assicura il coinvolgimento degli utenti, determinando un maggiore ritorno d'investimento (ROI).

I tool ed i device attraverso i quali raggiungere il personale possono essere diversi e al contempo molteplici: non solo i classici Learning Management System, ma anche i tool di supporto alle performance, i knowledge portal, le app mobile e gli strumenti della social enterprise.

Cosa è il Supporto alla Performance?

Il Performance support è un tool oppure un insieme di risorse, sia cartacee che digitali, che forniscono proprio il giusto quantitativo di guida operativa, supporto e consigli di produttività per l'utente—precisamente nel momento del bisogno.

eLearning Guild

Doug Conant former Campbell's Soup CEO

#4

Confidare eccessivamente su risorse esterne

Le aziende investono più del 50% delle risorse destinate alla formazione nell'acquisizione di contenuti e servizi offerti da terze parti, senza tenere conto delle competenze presenti in azienda e senza coinvolgere le figure quotidianamente responsabili dello store staff. Il commitment sull'obiettivo formativo si perde dunque facilmente e le attività di supporto alla formazione negli store non vengono attivate.

Se esclusi dalla progettazione del percorso formativo, gli store manager e area manager perdono la possibilità di incentivare e motivare lo staff di punto vendita al fine di generare volontà di cambiamento e di efficacia competitiva. Solo lo store manager conosce quali sono i gap dello store staff, che sono esattamente i punti da colmare attraverso la formazione.

*“Per vincere sul mercato devi prima vincere sul luogo di lavoro”
Doug Conant former Campbell's Soup CEO*

Come evitare l'errore

La formazione formale, strutturata, calendarizzata e realizzata con l'aiuto dei professionisti esterni, deve essere affiancata dalla formazione informale, sociale e collaborativa che vede gli esperti dell'azienda diventare coach e mentor dei colleghi.

Lo store manager quindi stimola e guida lo staff al raggiungimento di risultati di vendita e soddisfazione del cliente sempre crescenti. Con l'utilizzo di moderni tool e applicazioni mobile si rendono attive la condivisione delle informazioni, il monitoraggio dei trend, lo scambio tra pari, il self assessment e la condivisione di contenuti generati dagli utenti.

#5

Scarso livello di coinvolgimento del personale

La mancanza di entusiasmo e di iniziativa, l'essere distratto o irresponsabile, la tendenza a lavorare fuori dai gruppi, sono solo alcuni dei segni tipici del dipendente non coinvolto nel lavoro. Questi segni sono ancora più evidenti durante i corsi di formazione. Hai notato ad esempio quante poche domande un'audience non coinvolta e motivata pone durante i corsi?

Ma ciò che mina realmente l'efficacia di un corso è la percezione che non sia utile e che non abbia una stretta relazione con il lavoro quotidiano.

Come evitare l'errore

Formazione personalizzata, social learning, microlearning, utilizzo dei dispositivi mobili e introduzione della gamification sono le strategie utili a coinvolgere il tuo store staff. L'uso dei dispositivi mobile, in particolare, favorisce il senso di gratificazione delle persone in quanto strumenti familiari e ben graditi. L'apprendere insieme, ovvero il social learning, genera un forte coinvolgimento perché prevede l'interazione tra pari, lo scambio di consigli e informazioni non diretto "dall'alto".

Le aziende Top investiranno il 30% in più delle altre nel prossimo anno nell'implementare tecnologie di coinvolgimento dei dipendenti.

Aberdeen Group

AUTOVALUTAZIONE

Quanto è efficace il tuo attuale programma di training aziendale?

Leggi ciascuna affermazione e poi valuta il tuo grado di accordo/disaccordo.



Negli ultimi 6 mesi la formazione dello store staff ha migliorato le performance

Il programma di formazione è diviso in unità accessibili al personale in ogni momento

Il personale ha a disposizione strumenti per lo scambio interno di informazioni e contenuti

Gli store manager sono coinvolti nella scelta, progettazione ed erogazione della formazione punto vendita

Gli store manager partecipano alla formazione

La formazione comprende esercitazioni e simulazioni che permettono al personale di sperimentare quanto appreso

Il progetto di formazione comprende strumenti che incoraggiano il social e informal learning tra lo store staff

La formazione prodotto è integrata con la formazione di vendita

Il tuo progetto formativo prende in considerazione i bisogni formativi delle nuove generazioni

Il programma di formazione comprende un sistema di valutazione

Cosa emerge dall'autovalutazione?

Se ti trovi in disaccordo con la maggiorparte delle affermazioni, è giunta l'ora di rivedere la tua strategia di formazione dello store staff. Se invece ti trovi in accordo con la maggior parte di esse, puoi concentrarti su specifici aspetti da migliorare, oppure porti nuovi e più sfidanti obiettivi.

Perchè non rivalutare con noi il progetto?



Digital Consultancy Division @Modonetwork

Per approfondire i temi del documento, delineare la migliore strategia per la tua azienda o per scoprire i migliori tool da utilizzare per la formazione dello store staff contatta uno dei nostri consulenti.

☎ 0423651085 ✉ helpdesk@modonetwork.com



Modo Network è una società specializzata nel retail e nella formazione online.



Crediamo nell'innovazione e nel corretto uso delle tecnologie digitali per il successo aziendale.



Offriamo un largo ventaglio di soluzioni tecnologiche innovative e l'expertise necessario per accompagnare le aziende nella scelta, implementazione e gestione di quella più adatta alle loro esigenze.



Abbiamo una vasta offerta di servizi: dai prodotti di formazione personalizzati o a catalogo ai tools e applicativi per la fruizione, dalla consulenza alla gestione in outsourcing, fino alla gestione del talento.



Da 20 anni siamo in continua evoluzione per garantire ai nostri clienti le competenze, best practise e strumenti per competere in questi anni di radicale trasformazione.

FONTI:

Dicono di volere una rivoluzione, Total Retail 2016, PwC

At the moment of need, 2013, Marc J. Rosemberg per eLearning Guild

Why Product Training Often Disappoints, and How to Make it Better, 2011 Cognitive Arts

Thinking Creatively About L&D – How Video Can Enhance Employee Training, 2016 Panopto

Global Human Capital Trends, Deloitte University Press, 2016

An employee-centric digital workplace: from onboarding through engagement and retention, 2016, Aberdeen group

a cura di

MODO
network

Via Copernico 38, 20124 Milano - Via Don Sturzo 17/1, 31031 Caerano San Marco (TV)
+39 0423 651085 - www.modonetwork.com - info@modonetwork.com