

## Train uw klanten: E-Learning als Marketinginstrument

Door: Daan Assen

In onze snel veranderende samenleving speelt kennis een steeds belangrijker rol. Niet alleen binnen organisaties om als organisatie beter te kunnen presteren nu en in de toekomst, maar ook met name extern naar de markt toe. Het vermarkten van kennis en het gebruiken van kennis als marketinginstrument is een trend die zich snel aan het ontwikkelen is. E-Learning kan hierbij uitkomst bieden, omdat dit leren met behulp van Internettechnologie het mogelijk maakt om kennis op een snelle en flexibele manier te verspreiden. Daarbij kan gedacht worden aan verspreiding naar klanten, leveranciers en partners. Met name klantgerichte E-Learning, of 'EduCommerce', is een vorm die erg sterk in de belangstelling staat en die een enorme marktpotentie wordt toegedicht. In dit artikel een korte verkenning van het fenomeen met een aantal concrete voorbeelden.

### De kennisfactor rond producten

Rond producten en diensten die organisaties leveren aan consumenten en bedrijven wordt de factor kennis steeds belangrijker. Dit komt met name door het feit dat de producten en diensten steeds complexer worden. Stel u brengt een bijzonder krachtig product op de markt, bijvoorbeeld een digitale camera. Dit product is door de vele mogelijkheden die het de gebruiker biedt nogal complex in gebruik. Om het optimale uit het product te halen is het erg belangrijk dat klanten de 'ins en outs' van het product kennen. U wilt tenslotte dat men tevreden is over het product en dat kan alleen als het gebruik van het product duidelijk is en tot de gewenste resultaten leidt. U kunt zelf nog zo overtuigd zijn van de kracht van de door u geboden oplossing, maar als een klant of gebruiker er niet mee kan werken, zal het moeilijk worden hen te overtuigen van de noodzaak het product aan te schaffen en te gebruiken. Tot dusver was er de gebruikershandleiding die de gebruiker voorzag van alle kennis en informatie die hij of zij nodig kon hebben om met een geleverd product te werken. De kwaliteit van deze handleidingen is echter in veel gevallen erg mager en ze zijn ook vaak onvoldoende aantrekkelijk om te raadplegen. Om klanten over te halen tot aanschaf en te ondersteunen bij het gebruik van een product is een grondiger oplossing gevraagd. E-Learning, leren met behulp van Internettechnologie, kan hiervoor uitkomst bieden. E-Learning stelt u in staat om op een flexibele en aantrekkelijke wijze kennis over uw producten over te dragen. Klanten kunnen deze kennis op een voor hen geschikt moment en op de voor hen meest geëigende plaats tot zich nemen. Daarbij hebben zij ook de mogelijkheid om te communiceren met andere klanten om zicht te krijgen op hun bevindingen en kunnen ze bij problemen snel materialen naslaan of direct contact met een helpdesk opnemen. Hierbij kunnen zelfs Virtual Communities rond uw product ontstaan voor het uitwisselen van kennis en ervaringen met het product. Dat allemaal via één geïntegreerde omgeving die onderdeel kan uitmaken van uw E-Commerce

website. Volgens Gartner Group onderzoeker Aldrich is uiteindelijk het credo voor het succes van E-Commerce initiatieven 'train uw klanten voordat uw concurrent het doet'.

### Mogelijkheden van EduCommerce

"EduCommerce is het inzetten van educatie om business te genereren", stelt PowerEd, een nieuwe organisatie die zich volledig richt op E-Learning marketingoplossingen. "Het is een nieuwe naam voor de sales- en marketingfilosofie: verkopers moeten opleiden en kopers willen leren". Op termijn zou de beschikbaarheid van E-Learning bij producten wel eens van doorslaggevend betekenis kunnen zijn bij de selectie van een leverancier door afnemers (zie ook inzet over Embedded Training). Ook voor het informeren van potentiële afnemers en voor het blijvend trekken van klanten en prospects naar een website kan E-Learning een belangrijke rol spelen. Daarmee heeft E-Learning het in zich om een nieuw en belangrijk marketinginstrument geworden. Hierbij kunnen verschillende doelen en vormen worden onderscheiden.

#### *Onderscheidend vermogen*

Door middel van het aanbieden van E-Learning faciliteiten kan een voordeel worden behaald ten opzichte van concurrenten. Een goede E-Learning faciliteit kan toegevoegde waarde betekenen die op korte termijn te gelde gemaakt kan worden. Door het aanbieden van E-Learning faciliteiten geeft een leverancier aan oog te hebben voor service aan haar klanten en support aan klanten serieus te nemen. Dit is een punt waarmee zij zich makkelijk kan onderscheiden in relatie tot concurrenten.

#### *Mindshare en loyaliteit.*

Door bijvoorbeeld het inzetten van Virtuele Seminars en Classrooms kan interactie met de klant bewerkstelligd worden. De sessies kunnen gebruikt worden om kennis over te dragen aan klanten en prospects. Deze krijgen een gevoel van betrokkenheid bij hun leverancier en kunnen in de sessie ook nog eens bruikbare input vanuit de markt leveren. Door telkens nieuwe kennis aan te bieden, kan een continue relatie met klanten en prospects worden opgebouwd. Met name een aantal E-Commerce sites zit werkelijk te springen om deze broodnodige loyaliteit van klanten. Onderzoek heeft namelijk uitgewezen dat van de klanten die overgaan tot een online aankoop op een website slechts één derde van die klanten er ook een tweede aankoop zal doen via dezelfde site. Barnes & Noble heeft dit onderkend en biedt daarom inmiddels een Virtuele Universiteit aan haar klanten. Ook IT-leverancier Oracle probeert communities met haar klanten op te bouwen. Een voorbeeld daarvan is het Oracle E-Business Network.

#### *Performance Support.*

Naast het puur inzetten van E-Learning als marketinginstrument is natuurlijk ook de 'Customer Support' erg belangrijk. Performance Support, het just-in-time en just-in-place aanbieden van leerobjecten, is daarin een belangrijk fenomeen dat met E-Learning ondersteund kan worden. In plaats van het beschikbaar stellen van dikke handboeken zijn

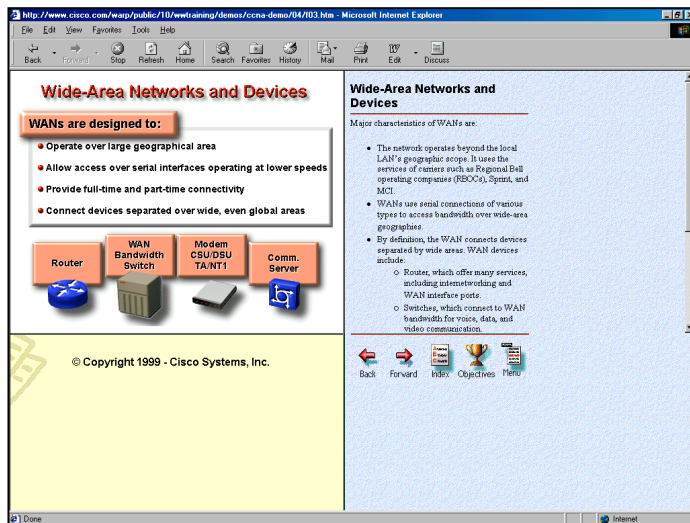
er tegenwoordig verschillende elegante en toegankelijke manieren om support te bieden in het werken met producten.

### *Extra business genereren*

Het aanbieden van E-Learning aan klanten kan uiteraard ook een directe Business Driver hebben. Gewoon het genereren van extra omzet door het aanbieden van trainingen. Dat heeft een organisatie als SAP bijvoorbeeld geen windeieren gelegd. Inmiddels komt 11% van haar omzet voort uit het aanbieden van opleidingen rond haar producten.

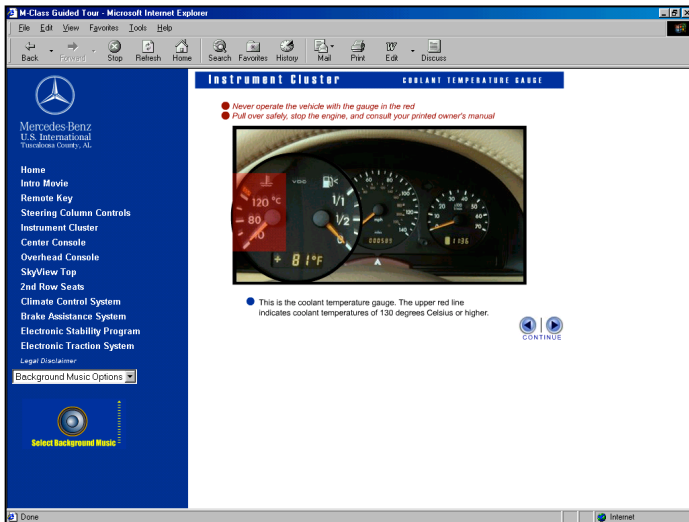
### Voorbeelden van klantgerichte E-Learning oplossingen

Een aantal 'Early Adopters' is inmiddels gestart met het implementeren van E-Learning oplossingen voor hun klanten. Daarbij moeten we voor de voorbeelden tot dusver met name in de VS zijn. Een organisatie die zich al enige tijd profileert met E-Learning is Cisco. De leverancier van Internet hardware is inmiddels een E-Learning grootgebruiker. Voor alle Cisco trainingen is een E-Learning variant beschikbaar die Cisco aan haar klanten aanbiedt. Cisco heeft de filosofie dat als er maar voldoende kennis over haar producten wordt verspreid dit uiteindelijk een gunstige werking zal hebben op haar marktpositie.



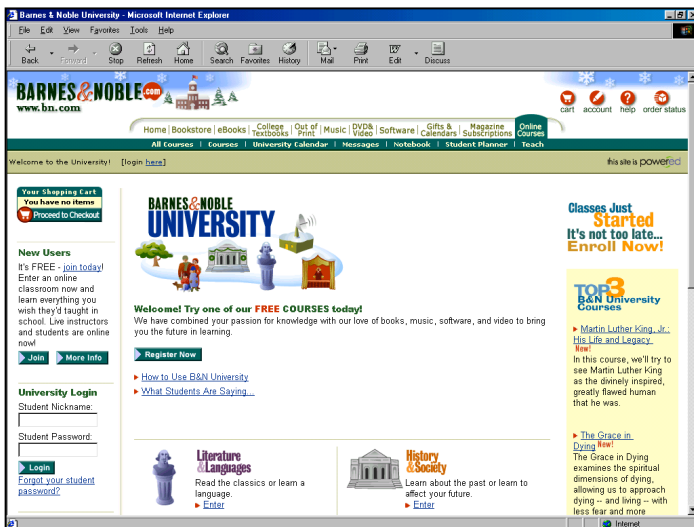
*Figuur 1. Cisco heeft een erg uitvoerig E-Learning aanbod rond haar producten*

Een voorbeeld uit een hele andere hoek is het voorbeeld van Mercedes-Benz in de VS. Zij biedt rond de nieuwe M-klasse Web-Based Training aan via haar website. In de training kan de koper of de potentiële koper alles leren over de bediening van de auto. Mogelijk zijn dit soort instructies op termijn zelfs wel via een beeldscherm in de auto oproepbaar.



Figuur 2. Mercedes-Benz biedt Web-Based Training aan die klanten inwijd in de bediening van de auto.

Een erg sterk voorbeeld van klantgericht E-Learning wordt belichaamd door de Barnes & Noble University. De E-Commerce site voor boeken en CD's heeft een Virtuele Universiteit aan haar website toegevoegd, waar allerlei cursussen te volgen zijn. Commercieel erg interessant, want de aanvullende cursusmaterialen kunnen direct online besteld worden. Zo worden in een cursus over de geschiedenis van Elvis Presley in totaal twee boeken en een CD gebruikt. De cursus kan verder online gevolgd worden, compleet met online instructeur en toetsen.



Figuur 3. De Barnes & Noble University.

## De toekomst van E-Learning als marketinginstrument

Inmiddels zijn dus diverse voorbeelden van klantgerichte E-Learning oplossingen bekend. Er zijn zelfs bedrijven, zoals PowerEd en LearningBrands die zich volledig hebben gespecialiseerd in het zogenaamde 'EduCommerce' of 'Customer Focussed E-Learning'.

Dat is ook niet zo vreemd, want E-Learning goeroe Elliott Masie voorspelt dat de marktpotentie van deze vorm van E-Learning wel eens zo'n 3000 keer groter kan zijn dan de intern gerichte variant. Dit komt met name door het feit dat E-Learning als marketinginstrument niet zozeer als een interne kostenpost wordt gezien, maar als een investering in Sales en Marketing. Volgens Aldrich, onderzoeker van de Gartner Group, zal in 2003 zo'n 40% van de E-Learning activiteiten van organisaties extern gericht zijn, met name op klanten. Hij geeft tevens aan dat één op de tien klanten van High-Tech en High-Feature producten al een online cursus heeft gevolgd alvorens tot aanschaf over te gaan. Het belangrijkste daarbij is niet alleen het werven van nieuwe klanten met E-Learning, maar met name het vasthouden van die klanten en ze blijvend naar je site te trekken. Dat biedt mogelijkheden om E-Commerce initiatieven echt tot hun recht te laten komen. Anderzijds is het gewoon noodzaak om goede ondersteuning te bieden bij producten die je als leverancier aanbiedt en daarin kan E-Learning ook een krachtig instrument zijn. Rond klantgericht E-Learning en EduCommerce gaan echter ook al kritische stemmen op. Met name daar waar onder de noemer 'Educatie' allerlei met commercie doorspekte cursussen worden aangeboden, staat natuurlijk de integriteit van dit vakgebied op het spel. Daarmee hebben verschillende opleiders en onderwijskundigen toch verregaande problemen. Marketing en Sales zal dat in de meeste gevallen niet zozeer interesseren. Zij hebben er een krachtig instrument bij om hun klanten te bereiken en een langdurige relatie met hen op te bouwen. Dat E-Learning hiervoor mogelijkheden biedt is in de VS al onomstotelijk bewezen.

### Verwijzingen

- Aldrich, C. (2000). Customer-Focussed E-Learning: The Drivers. In: ASTD LearningCircuits. <http://www.learningcircuits.org/jul2000/aldrich.htm>
- Alexander, S. (2000). E-Learning meets E-Commerce. In: Online Learning Magazine. <http://www.onlinelearningmag.com/new/oct00/feature4.htm>
- Barnes&Noble University: <http://www.barnesandnobleuniversity.com>
- Barron, T. (2000) Customer-Focussed E-Learning: The Industry. In: ASTD LearningCircuits. <http://www.learningcircuits.org/jul2000/barron.htm>
- Cisco  
<http://www.cisco.com/warp/public/10/wwtraining/elearning/implemented/demos.html>
- Mercedes-Benz: <http://www.mbusi.com/gtour/>
- PowerEd Incorporated: <http://www.powered.com>

Dit artikel is verschenen in Sales Management (Kluwer) en E-Learning Magazine (Essentials). Niets uit dit artikel mag worden gepubliceerd zonder toestemming vooraf van de auteur. Voor vragen en/of meer informatie over dit artikel kunt u contact opnemen met Atrivision via [info@atrivision.com](mailto:info@atrivision.com) of 033 750 8 740.

Kaderstuk 1:

### **Embedded Training: voorwaarde voor aanschaf**

Met name in de industrie is het fenomeen 'Embedded Training' al enige tijd bekend. In relatie tot complexe industriële installaties is het feit of 'ingebakken' training met het product wordt meegeleverd al lange tijd een belangrijk criterium bij de selectie van een leverancier. Bij de levering van defensie materieel eisen overheden bijvoorbeeld al jaren van leveranciers dat training wordt meegeleverd bij de complexe producten. Producten waarbij geen training wordt geleverd worden niet afgenomen. In dit soort gevallen worden vaak multimediale instructies en computersimulaties gebruikt. Ook E-Learning is al verschillende keren een uitstekende oplossing gebleken. Ook in de IT branche is het trainen van klanten en resellers een geaccepteerd fenomeen. Rond complexe hardware en software producten worden door leveranciers al jaren diverse soorten trainingen aangeboden. Gerenommeerde leveranciers hebben zelfs hun eigen certificeringstrajecten voor professionals die met hun producten werken. Het trainen van klanten van bepaalde IT organisaties zelfs door gespecialiseerde IT opleidingsorganisaties verzorgd. Denk maar aan Microsoft en alle opleidingsorganisaties die daarvoor opleidingen verzorgen aan klanten van de software gigant. Zou Microsoft ooit haar huidige marktpositie hebben kunnen veroveren als er niet zo'n rijk arsenaal aan Microsoft trainingen beschikbaar zou zijn geweest? Waarschijnlijk niet.

Kaderstuk 2:

### **200.000 studenten op Barnes & Noble University**

**Afgelopen zomer opende online boekhandel Barnes & Noble haar eigen Universiteit op het Internet.** Sinds de opening heeft het E-Learning initiatief inmiddels al 200.000 studenten getrokken. De B&N University is een goed voorbeeld van EduCommerce, het inzetten van E-Learning richting klanten als instrument voor marketing en sales. Via de Barnes & Noble University kunnen bezoekers gratis online cursussen volgen. De cursussen zijn gebaseerd op boeken, CD's en Video's die je direct uit het aanbod van de Barnes & Noble kunt bestellen. De cursussen variëren van binnenhuisarchitectuur tot inleiding programmeren. De cursus 'Organizing from Inside Out' is met 6.000 studenten de meest gevolgde. "Naast het feit dat we educatieve waarde bieden aan onze klanten, hebben we met gratis cursussen een Barnes & Noble community gecreëerd op de website. Het heeft bovendien significant meer verkoop van de in de cursussen aanbevolen boeken gegenereerd", aldus een tevreden vice-directeur Steve Riggio. Voor het verzorgen van de cursussen en het begeleiden van studenten zijn verschillende trainers beschikbaar. In de leeromgeving die het hart van de universiteit vormt, kunnen studenten onderling samenwerken en begeleiding zoeken bij de trainer. Barnes & Noble heeft het initiatief opgezet in samenwerking met PowerEd, een bedrijf dat gespecialiseerd is in dit soort EduCommerce projecten.