



KATEGORIE

**Micro Learning**

SIEGERPROJEKT

**Canudo und Epson**

Sonderdruck aus:



Wissen für alle

## Lernplattform für

## beste Beratungsqualität

Das Einkaufsverhalten der Menschen hat sich geändert - und das auch schon vor den ganzen Krisen. Die Kaufkraft wird gut bemessen eingesetzt, man gibt nicht leichtfertig Geld aus, möchte Rücklagen schaffen.

**Manchmal treffen Projekte das „Bullseye“, den Nagel auf den Kopf - eben ins Schwarze. So ein Projekt wird Ihnen nachfolgend vorgestellt: Wir kennen die Situation alle, denn wir sind mehr oder minder oft in eben dieser Lage. Es soll ein neues Gerät angeschafft werden - entweder, weil das Alte den Geist aufgegeben hat oder aber, weil es endlich mal Zeit für was Neues geworden ist. Die wenigsten werden gleich in einen Laden laufen, sich z.B. den erstbesten Beamer schnappen und damit dann zur Kasse laufen. Der Regelfall ist ein Masterplan aus Recherche, Vergleich und schlussendlich der Entscheidung für oder gegen ein Gerät. So würde sich ein überwiegender Teil der Kunden erst einmal einen Überblick über die Angebote machen. Das erfolgt in der Regel im Internet. Was früher - vor der Zeit des WWW - noch als umfassende Marktanalyse galt, kann jetzt binnen Minuten über das Web erledigt werden. Hier kann man dann auch gleich grundlegende Begriffe klären und technische Gegebenheiten erfahren.**

Dann geht der Durchschnittskunde auf Vergleichstour. Entweder telefonisch oder persönlich. Man hat im Schnitt seine zwei bis drei Märkte, die man regelmäßig ansteuert um dort technische Bedürfnisse zu stillen. Hat man verglichen, kommt die Entscheidungsphase. Das ist der Moment, in dem der kleinste Fehler seitens des Verkaufs einen potentiellen Kaufvertrag kippen könnte. Denn eines ist sicher: die Recherche wird einige Fragen klären, aber mindestens genauso viele neue Fragen aufwerfen. Und diese Fragen befassen sich dann nicht mehr mit banalen Fragen, die jeder einigermaßen versierte Verkäufer beantworten könnte. Es geht schon ans Eingemachte. Je komplexer die Anschaffung, desto komplexer die Fragen. Ein „da muss ich mal eben einen Kollegen fragen“ oder „Es tut mir leid, aber DAS weiß ich nun wirklich nicht!“ kann effektiv Ablehnung beim Kunden hervorrufen. Im schlimmsten Fall geht diese soweit, dass sich dieses negative Empfinden auf das Produkt überträgt und es so in der Wahrnehmung des Kunden einen „Makel“ erhält (zu kompliziert etc.)

STICHWORT

### Wissen ist Qualität

Im täglichen Verkaufsgeschäft gehört das Wissen um die Features eines Gerätes nicht nur zum guten Service. Es ist auch ein Teil der Beratungsqualität, die der Kunde als positives Erlebnis mitnimmt. Doch gerade wenn es um jene Fragen geht, die über oberflächliche Themen hinausgehen und konkrete technische oder sonstige Details abfragen, ist es wichtig, dass der Promoter vor Ort dieses Wissen parat hat. Durch die kurzen Entwicklungszyklen, gerade im

CE Bereich, ist es eine große logistische Herausforderung geworden, dieses Wissen aktuell und abrufbar vorzuhalten. Technische Features und Details können aber auch durch eLearning-Elemente vermittelt werden. Im vorliegenden Projekt zeigt die Firma Epson eindrucksvoll, wie man ganze Produktpaletten auf diese Weise präsent hält und so den optimalen Wissensfundus hat, den man für ein positives Einkaufserlebnis und Zufriedenheit beim Kunden benötigt.





PROJEKTPARTNER

ANSPRECHPARTNER

**Canudo GmbH**

Der Firmenname ist Programm - Canudo - Can u do; Kannst Du es? Canudo hinterfragt die Nutzerkompetenzen und bietet die entsprechende Lernlösung gleich mit an. Das Unternehmen befasst sich erfolgreich mit der praktischen Umsetzung und Anwendung von Wissen. Das Epson-Trainingsportal bietet Interaktivität von wissenswerten Inhalten mit direktem Praxisbezug und spiegelt damit das Credo von Canudo wider.



**HERR HAJO NOLL**  
GESCHÄFTSFÜHRER

Canudo GmbH  
Kontorhaus, Lindleystraße 12  
60314 Frankfurt am Main

hajo.noll@canudo.de  
www.canudo.de

PROJEKTPARTNER

ANSPRECHPARTNER

**Epson  
Deutschland GmbH**

EPSON ist einer der größten Anbieter rund um Drucker, Projektoren und Multifunktionsgeräte. Das Unternehmen ist sowohl im Bereich Business als auch Consumer-Electronics sehr breit aufgestellt und bietet seit 1946 mit über 75.000 Mitarbeitern weltweit einen festen Dreh- und Angelpunkt in der IT-Welt. Die Vielfalt der Produktpalette machte es notwendig, nach neuen Wegen zur Wissensvermittlung zu suchen.



**FRAU SANDRA KRAFT**  
MANAGER SERVICE &  
FIELD SALES SUPPORT

Epson Deutschland GmbH  
Otto-Hahn-Straße 4  
40670 Meerbusch

sandra.kraft@epson.de  
www.epson.de/training

**Lernbedarfe**

Diesen Problemen kann man nur begegnen, wenn man als Verkäufer auch auf Detailfragen vorbereitet ist, die tiefer gehen, als nach der Frage, ob das Gerät einen Ein- bzw. Ausschalter hat. Es gibt Fragen, die kann man nicht durch einen Blick auf das Gerät beantworten, die gleichwohl aber ein Knock-Out-Kriterium für den Kunden sind. Wenn dieser z.B. nach einer bestimmten Auflösung sucht, der Verkäufer hierzu aber nichts sagen kann, dann ist keine Information im „worst-case“ dasselbe, wie eine negative Information (das Produkt erreicht nicht den Kundenwunsch).

Wie kann man sich als Verkäufer dieser Probleme erwehren. Man muss hier klar feststellen, dass die Masse an Produkten allein eines Herstellers alles an mentaler Speicherkapazität auffrisst, was zur Verfügung steht. Zudem sind die Entwicklungszyklen so kurz, dass das Wissen kaum mehr eine Chance hat, in Vergessenheit zu geraten, da es spätestens beim nächsten Gerät ohnehin veraltet ist.

Hier zeichnet sich ab, wie hoch der Lernbedarf ist. Das Unternehmen EPSON hat sich dieser Problematik, gemeinsam mit Canudo, gestellt. Das Konzept bietet Rapid-Learning Einheiten als Zugangsvoraussetzung für ein Präsenztraining an neuen Geräten. Durch die vorbereitenden eLearning Kurse hat der Mitarbeiter gleich das komprimierte Wissen parat und kann in einem Abschlusstest belegen, dass das Wissen für die Präsenzschiulung ausreichend ist. Vorteile dieser Lösung: Man spart einen ganzen Tag an

der Präsenzschiulung, man gewinnt dadurch die Zeit, sich mehr mit praktischen Fragestellungen zu befassen und die Mitarbeiter erhalten einen umfassenden Überblick über die aktuellen EPSON-Produkte.

**Projektverlauf**

Das Portal training@epson musste sich einer besonders großen Herausforderung stellen: die verschiedenen Nutzergruppen wie Promotoren, Mitarbeiter des Fachhandels, Service Partner und Mitarbeiter mussten mit verschiedenen Wissensdichten versorgt werden, die sich inhaltlich zudem unterscheiden. Die Plattform erfüllt diese Anforderungen vollumfänglich und sie wird sich, wie die Produkte, ebenfalls weiter entwickeln. Die Zusammenarbeit mit der internen IT-Abteilung richtete die Entwicklung des Portals bereits von Beginn an, auf eine reibungslose Integration aus.

**Projektergebnis**

Im Ergebnis steht training@epson als Plattform allen beteiligten Mitarbeitern und Partner zur Verfügung. Es werden moderne Elemente zum Einsatz gebracht, so zum Beispiel der virtual classroom. Die Plattform ist auch für die zukünftigen Lernbedarfe ausgerichtet und bietet schon jetzt eine überwältigende Zahl verschiedener Trainingsarten; das Projekt bietet damit einen effektiven Einsatz zu Gunsten des Verbrauchers und widerlegt, dass Deutschland in jederlei Hinsicht eine Servicewüste ist.

VORGABEN & BESONDERHEITEN DES PROJEKTES

**Vorgaben:**

- das gesamte Wissen rund um sämtliche Epson-Produkte sollte vorhanden sein
- die verschiedenen Zielgruppen sollten von der Plattform profitieren
- die Nutzung des Portals sollte kostenfrei und für registrierte Benutzer verfügbar sein.

**Besonderheiten:**

Die Lernplattform ermöglicht es jedem Nutzer, nach einmaliger Registrierung, auf Lerninhalte rund um sein Epsonprodukt zuzugreifen und versorgt Mitarbeiter und Verkäufer mit dem Wissen, welches für guten Service von Nöten ist.

METHODIK

ANGEWANDTE METHODEN

- Blended Learning
- web-based Training (WBT)
- computer-based Training (CBT)
- game-based Learning
- Mobile Learning
- Serious Gaming
- Videotraining
- Contentsharing
- Microlearning
- Rapidlearning
- Learning-Communities
- Virtual Classroom
- Blogs
- Broadcasting/Webcasting

FACTSHEET