

## **Artículo** **El aprendizaje virtual "e-learning" aplicado a los Clientes externos:**

En alguna oportunidad un colega y amigo me preguntó, porqué me empeñaba en destacar la importancia de la Capacitación Virtual para los Clientes externos, cuando este concepto todavía no estaba arraigado en las mismas Empresas y no correspondía a una práctica regular en sus capacitaciones.

Es cierto, aunque proliferan cursos virtuales para todos los gustos en Internet, y cientos de miles de personas en todo el mundo se benefician de ellos, las Empresas todavía no cuentan con verdaderos programas Virtuales de Formación dirigidos a sus empleados.

La siguiente pregunta sería, es que acaso, ¿Los departamentos de Mercadeo de las Empresas están dispuestos a comprar el concepto de la capacitación virtual, con mayor agilidad que los departamentos de Talento Humano? Al fin de cuentas, Mercadeo significa innovación, vanguardia y creatividad. Pero el problema no gira alrededor de ello, talvés se trata de un problema de presupuesto e inversión. No existe discusión en que los presupuestos de inversión que manejan las áreas de Mercadeo en las Organizaciones son significativamente superiores a los correspondientes al Talento Humano.

Soy un convencido en que si las Empresas encuentran beneficio en los programas virtuales dirigidos a sus clientes, estos desarrollos serán útiles, de carambola, para su cliente interno.

¿Cuáles pueden ser los beneficios de un programa de capacitación virtual dirigido a los clientes? Iniciemos por descubrir cuales son las preocupaciones diarias y recurrentes de una Empresa: aumento de las ventas, aumento de los ingresos, reducción de costos, aumento de las utilidades, aumento de clientes, aumento de satisfacción de los mismos. Para lograr estos objetivos, existen tres estrategias clásicas de liderazgo y diferenciación, hacerlo por costos/ precio, hacerlo por innovación, o hacerlo a través de su enfoque en nichos específicos de mercado, lo cual trae como consecuencia, la excelencia en el manejo y desarrollo de las Relaciones con los Clientes.

Me voy a referir a esta última, "Ser especialista en el desarrollo de las Relaciones con los Clientes", por que creo que bajo las condiciones actuales de mercado, es la más apropiada y efectiva, para la gran mayoría de las Empresas. Para ser el líder en Costos, se requiere manejar volúmenes lo cual cada vez es más difícil cuando se compite con Organizaciones a escala mundial. La innovación, requiere mucha investigación e inversión, pero lo más triste es que se demora uno más en sacar la gran innovación que lo que se demoran los demás en copiarla. ¿Qué nos queda? El enfoque en el desarrollo de las Relaciones con los Clientes.

Las Relaciones entre las personas se nutren vía la comunicación, la interacción y el intercambio mutuamente benéfico entre las partes. Hoy en día, tampoco existe duda de la importancia de la Tecnología, las Comunicaciones y específicamente de Internet. A través de este fabuloso medio, se puede comunicar con las personas, interactuar con ellas, intercambiar, y sobre todo, ofrecer masivamente servicios personalizados. Pareciera una contradicción integrar la masificación con la personalización, pero no, Internet logra que le

lleguemos a mucha gente, y a la vez ofrecer servicios individualizados a las necesidades particulares de cada uno.

Siempre se ha hablado de que hoy en día, los clientes son más sofisticados, se encuentran mejor preparados y están más informados. ¿Porqué no utilizamos esto a nuestro favor? Brindándoles nosotros mismos directamente la información, actualizándolos sobre nuestro Sector productivo y sobre los avances, las Novedades en nuestros servicios y su relación con su vida, permitiéndoles interactuar con otros clientes a través de foros de discusión y aprendizaje, abriéndoles un canal de expresión y vinculación, brindándoles cursos de Formación y Aprendizaje permanente. ¿Qué ganaremos con ello? Estrechar las Relaciones con los Clientes, censar permanentemente sus necesidades y cambios, vincularlos a la Empresa, darles Valor agregado, y mantener un estrecho canal de comunicación en doble vía.

Si ahora nos volvemos a hacer la pregunta, ¿Cuáles pueden ser los beneficios de un programa de capacitación virtual dirigido a los clientes?, las respuestas pueden ser múltiples, pero vamos a mencionar 8 de ellas:

1. Enfoque y Desarrollo de una Estrategia de Liderazgo centrada en las Relaciones con los clientes.
2. Diferenciación para los primeros que incursionen en este campo, y generación valor agregado a los clientes.
3. Uso de un canal masivo y a la vez personalizado de comunicación e interacción con los clientes.
4. Vinculación y Desarrollo de las Relaciones con nuestros Clientes Actuales.
5. Permanecer vigentes y en contacto permanente con las necesidades y cambios de nuestros Clientes.
6. Desarrollo de Comunidades entre los Clientes, familiares y nuevos amigos.
7. Campañas de actualización, preparación y formación de nuestros clientes.
8. Uso de los desarrollos para beneficio de los mismos empleados de la Organización (Capacitación, Actualización, Comunicación, Desarrollo Relaciones, Creación de Comunidad).

¿Por qué me empeño en destacar la importancia de la Capacitación Virtual para los Clientes externos? Porque es cuestión de estrategia y eficacia, pero sobretodo porque hace parte de mis convicciones. La Formación virtual o la comúnmente denominada e-learning, es una bendición de Dios y una inspiración del hombre, que ha llegado para quedarse y no irse nunca. Los Clientes externos serán sus grandes usuarios, los clientes internos usufructuarán de las inversiones y desarrollos realizados, y todos saldremos ganando.

Juan Carlos Medina Velandia  
[conideas\\_plus@yahoo.com](mailto:conideas_plus@yahoo.com)  
[www.educacion-virtual.org](http://www.educacion-virtual.org)