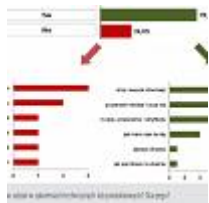


Jak skutecznie szkolić wykonawców z branży budowlanej?



Szkolenia techniczne oraz prezentacje produktowe to dobry sposób na dotarcie do wykonawców i projektantów branży budowlanej z ofertą produktową. Celem tych spotkań jest nie tylko to, by edukować w prawidłowym montażu urządzeń i tym samym minimalizować problem reklamacji, ale przede wszystkim – by zyskać przywiązanie uczestników do marki. Jak najlepiej to robić?

Marzeniem każdego producenta jest, aby wykonawca – uczestnik szkoleń pozostał nie tylko klientem, ale i propagatorem określonych rozwiązań wśród swoich klientów. Zasadność organizowania szkoleń w tym celu raczej nie budzi zastrzeżeń, bo niemal wszystkie firmy produkcyjne i handlowe w branży budowlanej tak postępują. Ale skoro wszyscy tak robią, to czy na pewno ma to jeszcze sens? Okazuje się, że tak. Co więcej, jak na razie trudno o lepszą formę oddziaływania na wykonawców.

Tym niemniej coś się zmienia w tej materii, czego lekceważyć nie można. W bogatej ofercie różnego rodzaju szkoleń wykonawcy zaczynają coraz dokładniej przebierać i są coraz bardziej wybredni. Czy jest to bezzasadne? Pamiętajmy, że liczący się na rynku wykonawca lub projektant nie ma czasu na korzystanie z wszystkich proponowanych programów szkoleniowych i ofert producentów, a więc musi dokonywać wyboru. Warto więc zrobić możliwie dużo, aby zainteresować go konkretną ofertą. Najważniejsze pytania, jakie powinni wówczas postawić sobie organizatorzy szkoleń, to między innymi:

- Czego oczekują wykonawcy od szkolenia, w którym zdecydują się uczestniczyć?
- Jakimi kryteriami się kierują przy wyborze?
- Jak zorganizować i poprowadzić szkolenia, by ich uczestnicy stali się propagatorami marki?

Fundacja Praktyków Biznesu postanowiła zapytać o to samych potencjalnie zainteresowanych szkoleniami, czyli instalatorów z branży sanitarno-grzewczej, wśród których w październiku 2014 r. przeprowadziliśmy badanie metodą CATI (Computer Assisted Telephone Interview) – metodą wywiadów telefonicznych (37 wywiadów).

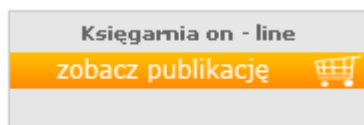
Wśród respondentów prawie połowa (46%) prowadzi jednoosobową działalność gospodarczą, świadcząc usługi na rzecz innych firm lub osób. 30% zatrudnia od jednego do dwóch pracowników. Po 11% badanych reprezentowało firmy, w których pracuje od trzech do pięciu osób oraz od sześciu do dziesięciu. Powyżej dziesięciu pracowników zatrudnia zaledwie 3% ankietowanych. Podsumowanie na podstawie odpowiedzi respondentów prezentujemy poniżej.

Autor: Agnieszka Prokopczuk

Odpowiedzi na pytania dotyczące kryteriów wyboru szkoleń, oczekiwań uczestników wobec szkoleń i

osób je prowadzących oraz oceny szkoleń technicznych z branży sanitarno-grzewczej znajdują się w PI 1/2015.

W tym wydaniu zamieszczone są również wypowiedzi przedstawicieli jedenastu branżowych firm na temat planowanych przez nich w 2015 roku szkoleń dla instalatorów, projektantów i handlowców.



KONTAKT

instalator

[Polski Instalator](#)

Tel: +48 22 678 37 60

Adres:

al. KEN 95

02-777 Warszawa

