

**Zestawienie pytań i odpowiedzi z siódmego webinarium z cyklu #SUZwPigułce z 26.06.2023r.
Kiedy usługa się kończy? Ewaluacja efektów i rozwijanie usług.**

Pytanie 1. Pytanie zasadnicze: co z grupą, która nie chce się komunikować? Uczestnicy procesu nie mają potrzeby/chęci na komunikowanie. Jak wtedy walidować nabyte umiejętności?

Warto zadbać, by grupa chciała wykonać to, co jest potrzebne do walidacji. W tym celu warto zadbać o pokazanie wartości szkolenia, uprzedzenie o rodzaju walidacji zapowiedzenie zasad ukończenia szkolenia. Myślę, że w indywidualnych przypadkach można też skontaktować się z uczestnikiem i dopytać dlaczego rezygnuje z walidacji.

Pytanie 2. Klientom zależy na szybkich efektach szkolenia/usługi, które znajdą odzwierciedlenie choćby w sprzedaży. Jak go przekonać, że powodzenie szkolenia zależy w głównym stopniu od postawy uczestników i wzięcia przez nich odpowiedzialności za proces uczenia?

Do tego łatwo przekonać komunikując wprost, że nie da się nauczyć ludzi, jeśli tego nie zechcą. Warto zadbać, by uczestnicy chcieli, na przykład komunikując na początku szkolenia właśnie tę prawdę, że człowiek musi „zechcieć”, żeby się uczyć.

Pytanie 3. Uczestnicy szkolenia oceniając je po zakończeniu stwierdzają iż cel nie został osiągnięty. Dostawca szkolenia po przeprowadzeniu walidacji potwierdza jego osiągnięcie. Jak w takim wypadku stwierdzić rzetelność wykonanej usługi szkoleniowej i zdobycie zakładanych efektów z usługi?

To zależy od kontraktu – jeśli klient uważa cele za osiągnięte, to może być tak, że zdaje sobie sprawę, że do poczucia osiągnięcia celu (u uczestników) potrzebne jest jeszcze coś, co jest poza naszą kontrolą (na przykład zmiany w systemie CRM, udostępnienie cenników w lepszej formie, zmiana sposobu premiowania wyników itp.). Jeśli mamy solidny sposób walidacji, to wiemy, że cele osiągnęliśmy nawet, jeśli uczestnicy widzą to inaczej. Oczywiście, jest to trudna sytuacja i wymaga rozmowy z klientem i wyjaśnienia sobie dlaczego w oczach uczestników nie osiągnięto celu – może to pomoże klientowi zrozumieć, czego jeszcze potrzebują uczestnicy (ze strony naszej lub firmy).

Odpowiedzi opracowali Sławomir Łais oraz Tomasz Radkiewicz.