

הכשרת עובדים במזרח הרחוק - איך מתגברים על כן כן כן....

עדי כתב
Bs.C.ee MAMM
מנכ"ל כאל טכנולוגיות סיליקון

שיווק במזרח הרחוק מתאפיין בשונות גדולה מזה במערב. אחד האתגרים העומדים בפנינו הוא הכשרת עובדים בכלל והכשרה של צוותי מכירות בפרט, כגון אנשי מכירות ישירים, משווקים ונציגים למיניהם במדינות אסיה.

איננו דוברים את השפה המקומית ולכן אנו צריכים להתמודד עם תרגום בשתי השפות העיקריות, מנדרין ויפנית. אם כך איך אנחנו מכשירים עובדים כאשר אנחנו מדברים את השפה האנגלית?

בפרסום הקודם דנתי בנושא תרגום החומר השיווקי למנדרין ויפנית. הדבר חשוב באותה מידה לגבי מצגות וחומר המיועד לשיווק פנימי.

בכנסי המכירות נהוג להעביר מצגות לגבי נושאים שונים על מנת להכשיר וללמד את העובדים עבורנו בחומר רלוונטי עבורם. ברור כי הבחירה הטובה ביותר היא שכל ההכשרה תהייה כתובה ומדוברת באנגלית, יפנית ומנדרין. אולם בחברות קטנות או בינונית קל לנו לתרגם את החומר השיווקי והמצגות אך לרוב המרצים דוברי אנגלית.

קיימת אפשרות להיעזר במתרגם סימולטני אולם מתרגם סימולטני עבור מונחים מקצועיים וטכניים קשה למצוא. למרות זאת, זו בחירה טובה מאוד.

המטרה העיקרית שהעובדים העוברים את ההכשרה יספגו את מירב החומר הנלמד ואילו אנו המרצים דוברי האנגלית נקבל משוב על מנת לבקר את איכות ההבנה של הקהל.

מי מאיתנו שכבר התנסה בהצגת מצגות בפני קהל אסיאתי מכיר את המבטים של הקהל והנהוני הראש כן, כן, כן.... אחרי כמה מצגות אתה מבין שאין זה אומר כלל שהחומר מובן וגרוע מזאת יכול להיות שהמידע לא הובן כלל.

הקהל האסיאתי שאינו רוצה להלבין את פני המרצה ותמיד יענה בחיוב לגבי שאלות הבהרה לכן מיותר לשאול אם הכול ברור? יש שאלות?.... התשובה היא – כן.

אחת הדרכים היעילות המשלבות העברה של החומר, הכשרה, משוב ואפילו אינטראקציה עם העובדים היא שילוב של מצגת קלאסית (כזו המדברת על נושא מסוים) וגם Work-Shop בניה של אינטראקציה לימודית. באופן כזה על העובדים יהיה להקשיב הקשבה יתרה, בתהליך האינטראקציה יקבל המרצה משוב - וכך יוכל להסביר שוב ושוב עד להבנה מלאה. מעבר לכך, המרצה יקבל את חוות דעת העובדים, שהיא חשובה מאוד במיוחד לגבי שיווק, מכירות ופיתוח עסקי.

אתן דוגמה – במהלך הכשרת צוותי המכירות במדינות המזרח (סין, יפן, טייוואן, הונג-קונג, קוריאה, הודו, סינגפור ועוד) פיתחתי אופן הדרכה המשלב אינטראקציה עם אנשי המכירות והפיתוח העסקי. ההכשרה ארכה יום לימודים אחד והתחילה בסדרת מצגות אודות החברה, המוצרים והשירותים, קהל היעד ושיטת המכירה.

בחלק השני של היום חילקתי טבלאות ריקות למשתתפים וביקשתי מהם להגדיר כל אחד בעצמו את קהל היעד לפי מאפיינים שונים. כל קבוצת משתתפים (לפי אזורים) הציגו את הטבלה ותוך כדי ההצגה של המשתתפים מלאתי טבלה משותפת לכולם. כאשר הצגתי את טבלת מאפייני הלקוח

המשותפת על הלוח, חזרתי לתחילת היום והצגתי שוב את מצגת החברה (אותה מצגת שמציגים ללקוחות כמובן) תוך כדי שאני מדגיש ומסביר איך להציג את מצגת החברה לפי מאפייני קהל היעד שהוגדרו יחד.

עכשיו זה מובן! בהצלחה.