

КОРПОРАТИВНИЙ ТРЕНІНГ В MLM

Компанії, що працюють в сфері мережевого маркетингу є особливим видом бізнес-підприємств, оскільки в їх професійній діяльності саме «людський фактор» є головним стратегічним ресурсом та джерелом успіху компанії в конкурентній боротьбі. Адже, працюючи з товарами, інформацією чи послугами, мережевий бізнес фактично працює з дистриб'юторами, саме від яких і залежить торговий оборот фірми і її прибуток. Ефективність же роботи дистриб'юторського загалу напряду залежить від рівня професійної кваліфікації, в тому числі – від інформаційної, комунікативної та загалом психологічної культури дистриб'юторського середовища. Відтак, просвітницька діяльність в цьому середовищі видається надважливою.

Однією із форм такої діяльності якраз і є соціально-психологічний (СП) тренінг і, слід сказати, що, саме MLM (мережеві) компанії були одними із найперших піонерів тренінгового руху на вітчизняних теренах. Такий стан речей пояснюється «перенесенням» MLM-бізнесу в Україну в уже цілком сформованому виді, що передбачало, в тому числі, і впровадження СП тренінгу, зокрема в корпоративній формі, в повсякденну рядову практику навчання та підвищення кваліфікації персоналу та дистриб'юторського загалу MLM-компаній. Слід зазначити, що такий тренінг дійсно дозволяє швидко і ефективно вирішити низку задач, які постають перед будь-якою MLM-компанією, а саме: одночасно навчати або підвищувати професійну кваліфікацію значної кількості співробітників та/або дистриб'юторів, аналізувати та оптимізувати їх роботу, структурувати ті знання, вміння і навички, якими вони вже володіють, швидко адаптуватися до змін та легше впроваджувати інновації, створювати робочу команду, підвищувати ефективність взаємодії, формуючи нові зв'язки на всіх рівнях: між різними підрозділами, менеджерами компанії та дистриб'юторами та згуртовувати колектив в цілому, не допускати застою в організації.

Крім того, такий тренінг дає змогу оцінити себе зі сторони, отримати необхідний зворотний зв'язок, який інакше отримати неможливо, і в результаті сформуванати новий погляд на роботу і на себе, нові інтереси, поставити нові цілі і отримати нову мотивацію, а також попутно вирішити багато загальних питань, таких як організація робочого часу, методи роботи зі «складними» клієнтами тощо. Тому природньо, що в MLM-компаніях корпоративний тренінг був дуже розповсюдженим, являючись своєрідним елементом корпоративної культури; власне MLM-компанії і були активними замовниками та споживачами корпоративних СП тренінгів. Але наш час – це час науково-технологічних революцій та економічних змін. Ці зміни не могли не торкнутися і MLM-бізнесу, адже питання успішного функціонування будь-яких комерційних структур, тим більше таких специфічних, часто є питанням релевантності вимогам часу, в тому числі – і активності в сфері інтернету.

Відтак, за нашими спостереженнями, корпоративні тренінги, перш за все щодо дистриб'юторського загалу, стали поступово витіснятися дистанційними інтернет-формами навчання та спілкування як от: відеолекції, вебінари, чати, форуми тощо. Безперечно, ці форми навчання мають свої значимі переваги, дозволяючи швидко і ефективно донести нову інформацію до широкого дистриб'юторського загалу, оволодіти навичками успішного ведення бізнесу в інтернет-середовищі, практично необмежено розширивши коло спілкування і, відповідно, клієнтську базу, та і взагалі, крокувати в своїй роботі в ногу з часом. Але натомість втрачаються ті переваги, які давало живе спілкування на корпоративних тренінгах і про які ми згадували вище. Тому, виходячи із викладеного, вочевидь, оптимальним шляхом вирішення вказаних проблем є, на нашу думку, віднайдіння нового балансу між сучасними та більш традиційними формами навчання та роботи з дистриб'юторським загалом, що практично не можливо без активної участі в робочій та просвітницькій діяльності в MLM компетентних і високопрофесійних практичних психологів.