

Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2022. № 2 (34). С. 51–57.
Economic and Social Research. 2022. No. 2 (34). P. 51–57.

УДК 658.8:377
doi: 10.24151/2409-1073-2022-2-51-57

Сертификационный вебинар как средство обучения продавцов в рамках коммерческого взаимодействия компаний-партнеров

Светлана Сергеевна Колосова

*Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина,
г. Нижний Новгород, Россия*

kolosovass@yandex.ru

Аннотация. Рассматривается опыт взаимодействия бренда — производителя техники (А) с крупной федеральной розничной сетью в России (В), реализующей продукцию большого числа разных брендов, в том числе компании А и ее конкурентов, в области обучения продавцов. Приводятся исходные условия, в которых возникает необходимость в обучении продавцов-консультантов партнерской сети знанию техники и технологий определенного бренда. Описывается опыт решения этой задачи средствами дистанционной формы обучения — сертификационного вебинара. Разъясняются коммерческие условия сотрудничества в области обучения продавцов и выгоды для сторон партнерства, приводятся методические рекомендации к применению описываемой методики — сертификационного вебинара, описываются трудности, возникающие в процессе реализации этой методики.

Ключевые слова: обучение в бизнесе, дистанционное обучение, вебинар, обучение продавцов-консультантов, непрерывное обучение, e-learning.

Для цитирования: Колосова С. С. Сертификационный вебинар как средство обучения продавцов в рамках коммерческого взаимодействия компаний-партнеров // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2022. № 2 (34). С. 51–57. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2022-2-51-57>

Certification webinar as a means of training sellers in the framework of commercial cooperation of partner companies

Svetlana Sergeevna Kolosova

Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University, Nizhny Novgorod, Russia

kolosovass@yandex.ru

Abstract: The author examines the experience of interaction of the brand-manufacturer of equipment A with a large federal retail network B in Russia, which sells products of a large number of different brands, including company A and its competitors, in the field of training sellers. The

initial conditions under which there is a need to train sales consultants of the partner network to know the techniques and technologies of a certain brand are given and the experience of solving this problem by means of a distance learning form, a certification webinar, is described in detail. The commercial conditions of cooperation in the field of training sellers and benefits for the parties of the partnership are explained. Methodological recommendations for the application of the described methodology, a certification webinar, have been given, and difficulties arising in the process of implementing this methodology have been described.

Keywords: business training, distance learning, webinar, sales consultants training, continuous training, e-learning.

For citation: Kolosova S. S. Certification webinar as a means of training sellers in the framework of commercial cooperation of partner companies. *Economic and Social Research*, 2022, no. 2 (34), pp. 51—57. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2022-2-51-57>

Введение. Обучение продавцов компаний типа В, реализующих производимый компаниями типа А продукт, является важной составляющей коммерческого успеха как компании-производителя, так и торговой сети. Поэтому менеджмент компании-производителя, понимающей высокую степень зависимости успеха продаж от компетентности продавцов компании В, осознает также необходимость повышения компетенций продавцов-консультантов партнерской сети. Соответственно, партнерское сотрудничество компании-производителя с крупными федеральными сетями-партнерами включает программы непрерывного обучения и повышения квалификации сотрудников партнерских торговых сетей. Вместе с тем при организации такого рода обучения у обеих компаний возникает ряд проблем: недостаточность времени, выделяемого торговыми сетями для повышения квалификации штатных продавцов, значительность и непрерывный рост номенклатуры и моделей реализуемых в сети В товаров, производимых компанией А, невысокая мотивация к обучению самих продавцов-консультантов, значительность временных затрат на обучение, — все эти причины в конечном итоге приводят к тому, что значительная часть затрат на обучение компании-производителя оказывается низкоэффективной.

Партнерское взаимодействие компании-производителя с торговой сетью подразумевает необходимость решения части проблем на стратегическом уровне: так, планы и программы обучения утверждаются на среднесрочную перспективу и являются частью политики партнерского взаимодействия компании-производителя с федеральной партнерской сетью. С другой стороны, часть проблем может быть решена на микроуровне за счет применения инновационных методов и технологий обучения, в том числе сертификационных вебинаров.

Вебинар как эффективный метод и технология обучения. Коммуникационные технологии стали неотъемлемой частью процесса обучения: за относительно короткий период они стали незаменимой частью передачи знаний, а также обмена ими. Одной из новых информационных и коммуникационных технологий является вебинар, обладающий огромным потенциалом в сфере e-learning, который еще предстоит изучить.

Аудиовизуальные технологии уже давно используются в образовании, но с развитием коммуникационных сетей их роль стала более значительной. В традиционных форматах обучение, как правило, имеет односторонний характер; преподаватель (спикер) при подготовке к занятию, как правило, уделяет основное внимание содержанию лекции, а не взаимодействию или аудиовизуальному

дополнению этого содержания. Это создает огромный разрыв между качеством преподавания, с одной стороны, и содержанием и качеством знаний, с другой. Для повышения эффективности обучения и повышения квалификации в системе e-learning (при экономии ресурсов) компании и образовательные организации осуществляют переход от традиционного обучения к технологическому.

В России, как и в остальном мире, наблюдается растущая тенденция к цифровизации процесса обучения, которая нарастает в соответствии с ростом спроса на различные образовательные программы. Вебинар, новый цифровой инструмент обучения, является одновременно и продуктом, и проводником этого перехода. Среди многих систем компьютерной коммуникации вебинар является одной из последних разработок. Термин «вебинар» впервые был введен Эриком Р. Корбом в 1998 г. [6]. Онлайн-словарь Merriam-Webster 2010 г. определил вебинар как «живую образовательную онлайн-презентацию, в которой участвующие зрители могут задавать вопросы и комментарии» [16]. Таким образом, термин «вебинар» и сама технология обучения посредством вебинара являются относительно новыми в сфере образования: как следует из названия, основная идея вебинаров — это сочетание традиционной формы обучения — семинара — с инновационной технологией его проведения на онлайн-платформах. Однако значение вебинаров в более широком смысле в последнее время не ограничивается только онлайн-семинарами: в настоящее время они также включают встречи, конференции, демонстрации, тренинги или обучение и информационные сессионные мероприятия. Существует три формата проведения вебинара-сессии: а) докладчик и несколько участников общаются на одном сайте; б) общение ведущего и нескольких участников реализуется с разных сайтов; в) несколько участников с одного сайта коммуницируют с несколькими участниками с другого сайта.

В цифровой экологии передачи знаний вебинар сегодня является ключевым игроком и имеет огромные возможности, поскольку эта технология предоставляет возможность провести физический процесс обучения в очной форме, но на онлайн-портале с помощью системы видеоконференцсвязи. Эффективность этой технологии уже изучали многие авторы. Так, согласно Пану и соавторам, вебинары способствуют эффективному обучению при повышении мотивации слушателей и экономии временных затрат [9]; Ванг и др. полагают, что вебинары могут усилить социальное присутствие всех участников процесса обучения [11]. Дюпьюи и др. изучили влияние видеоконтента на качество обучения и обнаружили, что применение видеороликов оказывает положительное и значительное влияние на результаты экзаменов [3]. Хоув и др. также нашли подтверждение тому факту, что дополнение традиционных методов обучения применением в обучении видеороликов приводит к тому, что слушатели, имевшие неограниченный доступ к видеоконтенту, достигают более высоких результатов по предмету, нежели слушатели, не имевшие такого доступа [4]. Наги и др. также показали положительное влияние вебинара на эффективность обучения [7]. Нельсон отметила отсутствие существенной разницы в результатах обучения посредством синхронного вебинара по сравнению с традиционным обучением (в исследовании приняли участие 224 слушателя курсов медработников) [8]. Кохорст и Кокс показали, что система вебинаров очень эффективна [5]. Алнабелси и др. [1]; Пауэр и Сент-Джейк [10]; Чен и др. [2] в своих исследованиях акцентировали и исследовали различные преимущества вебинара как технологии обучения.

К числу важных преимуществ вебинара относятся следующие [1; 2; 5; 10]: *во-первых*, применение видеоконтента способствует более быстрому и эффективному усвоению знаний слушателями вебинаров по сравнению

с традиционными формами обучающих семинаров. Видео-, аудио- и текстовая коммуникация — неотъемлемая часть любого вебинара; к вебинару можно подготовить любой видеоконтент, кроме того, он позволяет демонстрировать мультимедиа в реальном времени.

Во-вторых, вебинар может проводиться на различных платформах: Zoom, Google Hangouts и Meet, TeamLink, Webex, Go To Meeting и т. д., — это некоторые из широко используемых программ, которые имеют как бесплатные, так и платные версии. Присоединившись к вебинару, участник окажется в виртуальном классе или комнате для совещаний. Технический потенциал любого портала для вебинаров предоставляет слушателям следующие возможности: приложение для коммуникации между слушателями, окно чата, опция вызова, запись сеансов, окно опроса. Спикер или преподаватель проводит семинар, в то время как другие участники могут поднимать проблемы или задавать вопросы с помощью функции поднятия руки и окна чата, как это предусмотрено в программном обеспечении. Вебинары можно записывать и ссылаться на них позже (эта функция полезна для архивирования и просмотра сеанса). Вебинары также позволяют участнику взаимодействовать с другими участниками семинара.

В-третьих, преимуществом вебинара является то, что в нем может участвовать большая и разнородная аудитория, не покидая своего рабочего места или дома. На этой платформе ни спикер, ни участник не должны физически присутствовать на месте проведения. Таким образом, вебинар экономит время и спикеров (консультантов), и слушателей, а также облегчает организацию массового обучения. Другим важным фактором является то, что компания — организатор вебинара может более эффективно использовать оплачиваемое рабочее время консультантов и спикеров, поскольку один спикер может работать с сотнями слушателей в различных регионах России.

Сертификационный вебинар как элемент коммерческой политики компании-производителя. Сертификационный вебинар — это онлайн-мероприятие, проводимое на вебинарной платформе с возможностью задать вопросы в чате и последующим проведением сертификационного тестирования для продавцов торговой сети компании-партнера. Сертификационные вебинары проводятся компанией-производителем с периодичностью один раз в квартал. Во время проведения вебинара консультантом демонстрируется презентация, на слайдах которой приводится обучающая техническая и маркетинговая информация о производимых компанией продуктах, содержащая в доступной и наглядной форме ответы на вопросы слушателей курса и потенциальных покупателей. Важной заключительной частью сертификационного вебинара является прохождение слушателями сертификационного тестирования, об этом ведущий вебинара напоминает участникам в начале семинара и в ходе презентации. Во время просмотра вебинара участникам рекомендуется делать записи и скриншоты слайдов. Продолжительность вебинара составляет приблизительно один астрономический час, в течение которого сорок пять минут ведущий излагает материал, демонстрируя слайды, а также отвечает на возникшие в чате вебинара вопросы, а пятнадцать минут отведено организаторами на прохождение сертификационного тестирования. Модели продуктов, изучению характеристик которых посвящен вебинар, выбираются исходя из того, какие изделия компании-производителя являются приоритетными для продажи. К недостаткам сертификационного вебинара как технологии обучения относятся: жесткая ограниченность по времени проведения вебинара, высокий уровень зависимости от качества связи и технического обеспечения, а также сложность удержания внимания аудитории по сравнению с очными методами обучения.

Методические рекомендации для проведения сертификационного вебинара. К важным факторам эффективности сертификационного вебинара можно отнести: своевременность планирования вебинара, выбор наиболее подходящей вебинарной платформы, результаты итогового тестирования. Выбор вебинарной платформы обуславливается следующими требованиями: возможность демонстрации слайдов презентации, возможность видеотрансляции, наличие чата для участников, возможность проведения тестирования и выгрузки результатов тестирования, возможность выгрузки списка участников. Анализ проведенного тестирования включает в себя определение процента успешного прохождения тестирования участниками и проверку соответствия результатов заявленным в коммерческой политике компании. По результатам проведения сертификационного тестирования на основании критериев, определенных компанией-производителем, компания-продавцу выплачивается бонус в виде процента от объема продаваемой продукции. Таким образом, учитываются интересы двух сторон: компании-производителя — в повышении компетентности продавцов в области знаний ее продуктов и компании — розничной сети, реализующей продукцию производителя и других брендов. Поэтому после анализа результатов тестирования сведения о нем предоставляются специалисту отдела маркетинга компании-производителя для принятия решения о выплате бонуса.

Вывод. Практика проведения сертификационных вебинаров и тестирований зарекомендовала себя как успешная практика для обучения продавцов крупной федеральной партнерской сети знанию продукции и технологий компании-производителя. Сертификационные вебинары проводятся регулярно, раз в квартал. Количество посещающих такие вебинары специалистов в несколько раз выше количества участников обычных вебинаров от вендоров, поскольку

оно контролируется федеральной розничной сетью. Как правило, по итогам вебинаров достигается запланированный компанией-производителем установленный процент успешно прошедших тестирование продавцов.

Библиографический список

1. *Alnabelsi T., Al-Hussaini A., Owens D.* Comparison of traditional face-to-face teaching with synchronous e-learning in otolaryngology emergencies teaching to medical undergraduates: a randomised controlled trial // *European Archives of Otorhinolaryngology*. 2015. Vol. 272. P. 759—763. <https://doi.org/10.1007/s00405-014-3326-6>
2. A model for synchronous learning using the Internet / *N. S. Cheng, H. C. Ko, Kinshuk, T. Lin* // *Innovations in Education and Teaching International*. 2005. Vol. 42 (2). P. 181—194. <https://doi.org/10.1080/14703290500062599>
3. *Dupuis J., Coutu J., Laneville O.* Application of linear mixed-effect models for the analysis of exam scores: Online video associated with higher scores for undergraduate students with lower grades // *Computer and Education*. (2013). Vol. 66. P. 64—73. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.02.011>
4. *Hove M., Corcoran K.* If you post it, will they come? Lecture availability in introductory psychology // *Teaching of Psychology*. 2008. Vol. 35 (2). P. 91—95. <https://doi.org/10.1080/00986280802004560>
5. *Kohorst K., Cox J. R.* Virtual office hours using a tablet PC: E-Illuminating Biochemistry in an online environment // *Biochemistry and Molecular Biology Education*. 2007. Vol. 35 (3). P. 193—197.
6. *Korb E. R.* WEBinar: U.S. Patent no. 75478683; filed: 0004.05.1998; publ.: 25.01.2000 // *US Patent and Trademark Search: [Web]*. URL: <https://uspto.report/TM/75478683> (accessed: 28.06.2022).
7. *Nagy J. T., Bernschütz M.* The impact of webinar-webcast system on learning performance // *Education and Information Technologies*. 2016. Vol. 21 (6). P. 1837—1845. <https://doi.org/10.1007/s10639-015-9422-4>
8. *Nelson L. S.* Learning outcomes of webinar versus classroom instruction among baccalaureate nursing students: A randomized controlled trial //

TWU Dissertations and Theses Repository: [Web]. 2010. URL: <http://hdl.handle.net/11274/287> (accessed: 28.06.2022).

9. **Pan C. C., Sullivan M.** Promoting synchronous interaction in an eLearning environment // *T. H. E. Journal*. 2005. Vol. 33 (2). P. 27—30.

10. **Power M., St-Jacques A.** The graduate virtual classroom webinar: A collaborative and constructivist online teaching strategy // *Journal of Online Learning and Teaching*. 2014. Vol. 10 (4). P. 681—696.

11. **Wang S. K., Hsu H. Y.** Use of the webinar tool (Elluminate) to support training: The effects of webinar-learning implementation from student-trainers' perspective // *Journal of Interactive Online Learning*. 2008. Vol. 7 (3). P. 175—194.

12. **Ермолаева Ж. Е.** Эффективный вебинар // *Народное образование*. 2014. № 6 (1439). С. 160—166.

13. **Иноземцева Е. А.** Вебинар — современная форма дистанционного обучения // *Вестник Московского государственного университета приборостроения и информатики. Серия: Социально-экономические науки*. 2012. № 39. С. 145—148.

14. **Красавин Е. В., Трешневская В. О.** Выбор программной платформы для вебинаров в корпоративной локальной сети // *Информационное общество*. 2022. № 1. С. 76—84. https://doi.org/10.52605/16059921_2022_01_76

15. **Кубракова А. А.** Анализ мирового рынка e-learning и обоснование актуальности внедрения инновационных форм обучения в систему высшего образования России // *Петербургский экономический журнал*. 2015. № 4. С. 75—80.

16. Webinar // *Merriam-Webster Online Dictionary*: [Web]. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/webinar> (accessed: 28.06.2022).

References

1. Alnabelsi T., Al-Hussaini A., Owens D. Comparison of traditional face-to-face teaching with synchronous e-learning in otolaryngology emergencies teaching to medical undergraduates: a randomised controlled trial. *European Archives of Otorhinolaryngology*, 2015, vol. 272, pp. 759—763. <https://doi.org/10.1007/s00405-014-3326-6>

2. Cheng N. S., Ko H. C., Kinshuk, Lin T. A model for synchronous learning using the Internet. *Innovations in Education and Teaching International*, 2005, vol. 42 (2), pp. 181—194. <https://doi.org/10.1080/14703290500062599>

3. Dupuis J., Coutu J., Laneuville O. Application of linear mixed-effect models for the analysis of exam scores: Online video associated with higher scores for undergraduate students with lower grades. *Computer and Education*, 2013, vol. 66, pp. 64—73. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.02.011>

4. Hove M., Corcoran K. If you post it, will they come? Lecture availability in introductory psychology. *Teaching of Psychology*, 2008, vol. 35 (2), pp. 91—95. <https://doi.org/10.1080/00986280802004560>

5. Kohorst K., Cox J. R. Virtual office hours using a tablet PC: E-Illuminating Biochemistry in an online environment. *Biochemistry and Molecular Biology Education*, 2007, vol. 35 (3), pp. 193—197.

6. Korb E. R. WEBinar: U.S. Patent no. 75478683; filed: 0004.05.1998; publ.: 25.01.2000. *US Patent and Trademark Search*. Available at: <https://uspto.report/TM/75478683> (accessed: 28.06.2022).

7. Nagy J. T., Bernschütz M. The impact of webinar-webcast system on learning performance. *Education and Information Technologies*, 2016, vol. 21 (6), pp. 1837—1845. <https://doi.org/10.1007/s10639-015-9422-4>

8. Nelson L. S. Learning outcomes of webinar versus classroom instruction among baccalaureate nursing students: A randomized controlled trial. *TWU Dissertations and Theses Repository*. 2010. Available at: <http://hdl.handle.net/11274/287> (accessed: 28.06.2022).

9. Pan C. C., Sullivan M. Promoting synchronous interaction in an eLearning environment. *T. H. E. Journal*, 2005, vol. 33 (2), pp. 27—30.

10. Power M., St-Jacques A. The graduate virtual classroom webinar: A collaborative and constructivist online teaching strategy. *Journal of Online Learning and Teaching*, 2014, vol. 10 (4), pp. 681—696.

11. Wang S. K., Hsu H. Y. Use of the webinar tool (Elluminate) to support training: The effects of webinar-learning implementation from student-trainers' perspective. *Journal of Interactive Online Learning*, 2008, vol. 7 (3), pp. 175—194.

12. Ermolayeva Zh. E. Effective webinar. *Narodnoye obrazovaniye = School Technologies*, 2014, no. 6 (1439), pp. 160—166. (In Russian).

13. Inozemtseva E. Webinar — advanced method of distance education. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta priborostroyeniya i informatiki. Seriya Sotsial'no-ekonomicheskiye nauki*, 2012, no. 39, pp. 145—148. (In Russian).

14. Krasavin E. V., Treshnevskaya V. O. Selecting the software platform for webinars in the corporate local network. *Informatsionnoye obshchestvo = Information Society*, 2022, no. 1, pp. 76—84. (In Russian). https://doi.org/10.52605/16059921_2022_01_76

15. Kubrakova A. A. Analysis of the e-learning global market and justification of the relevance of the educational innovative forms introduction in the higher education system of Russia. *Peterburgskiy ekonomicheskii zhurnal*, 2015, no. 4, pp. 75—80. (In Russian).

16. Webinar. *Merriam-Webster Online Dictionary*. Available at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/webinar> (accessed: 28.06.2022).

Информация об авторе

Колосова С. С. — специалист, Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина (Россия, 603950, г. Нижний Новгород, ул. Ульянова, д. 1)

Information about the author

Svetlana S. Kolosova — specialist, Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University (Russia, 603950, Nizhny Novgorod, Uljanov street, 1)

Статья поступила в редакцию 11.05.2022.

The article was submitted 11.05.2022.