



Wielka Księga E-Learningu

Wstęp

Nasza największa pasja i branża, w której realizujemy się już ponad 20 lat, **e-learning**, łączy w sobie z sukcesami dwa obszary: edukację, jej formę i rzetelną merytorykę oraz technologię. Przez te wszystkie lata widzieliśmy, jak ogromny wpływ miał **e-learning** na kilkaset jednostek samorządowych, firm prywatnych i spółek Skarbu Państwa. Nowoczesne technologie i rozwiązania szkoleniowe dokonały ogromnych zmian zarówno w umysłach i sposobie pracy ich Prezesów, szefów HR, jak i każdego pojedynczego Pracownika.

Polska jest jednym z wiodących rynków, jeśli chodzi o rozwój **narzędzi e-learningowych** dla biznesu, szkół i uczelni wyższych. W 2016 r. wzrost wyniósł **28%** w skali roku. Według raportu Association for Talent Development już co szósty przedsiębiorca w Polsce organizuje kursy online dla swoich Pracowników. Z drugiej strony **63%** polskich Pracowników w ciągu ostatniego roku ukończyło co najmniej jeden kurs, podnoszący kwalifikacje. To potwierdza, że te potrzeby rozwojowe płyną zarówno od góry, jak i z dołu większości organizacji. To zaszczyt móc ich w tym wspierać i dostarczać odpowiednio dopasowane do ich potrzeb produkty.

W najbliższym czasie swoje triumfy w edukacji święcić będą **VR i AR** (wirtualna i rozszerzona rzeczywistość) i **grywalizacja w e-learningu**. Ogromnie się cieszę, że polscy dostawcy nie odstają ani na krok zagranicznym firmom i są gotowi na takie rewolucje w polskim biznesie. To był mój cel, tworząc **GroMar** i markę **LMS LearnWay**, aby po polsku na naszym podwórku robić jeszcze lepiej to, co nasi zagraniczni konkurenci zza oceanu.

Wciąż jednak na naszym rynku niewiele jest profesjonalnych publikacji, czy książek, podsumowujących dotychczasową wiedzę o metodyce i formach **e-learningu**. Jako, że sami promujemy edukację, musimy nadążyć za zmieniającym się światem **IT i szkoleń online**, doszkalać się i trzymać rękę na pulsie. Powinniśmy również dzielić się takim doświadczeniem i kompetencjami z innymi, czy to ze świata **HR**, czy **e-learningu**, czy nawet **marketingu online**. Tak powstała idea stworzenia tego e-booka, która być może w przyszłości zostanie przelana na papier.

Dziękuję Ci za pobranie tego materiału i życzę udanej lektury,
Marcin Pisarski, Prezes Zarządu GroMar sp. z o.o.

Spis Treści

Wstęp.....	1
14 najpopularniejszych pytań i odpowiedzi o e-learningu	4
1.Co to jest platforma LMS i szkolenie online?.....	4
2.Ile kosztuje e-learning?	4
3.Jak wygląda przykładowe szkolenie online i platforma e-learningowa?	5
4.Kto koordynuje projekt e-learningu w mojej firmie lub uczelni?	6
5.Jak motywować Pracowników do udziału w szkoleniach online?.....	7
6.Co, jeśli nie mamy w firmie swojej platformy e-learningowej?.....	7
7.Czy muszę angażować w ten proces mój dział IT?.....	7
8.W jakiej technologii są przygotowywane szkolenia online?.....	7
9.Jakiego sprzętu potrzebuję do e-learningu?.....	8
10.Jakie procesy HR mogę realizować na platformie szkoleń online oprócz e-learningu?	8
11.Ile trwa wykonanie szkolenia i platformy LMS od zera? Jak wygląda przykładowy harmonogram prac?	8
12.W jakim wieku powinni być Pracownicy, którzy będą korzystać z e-learningu?.....	9
13.Jakiego typu szkolenia z jakiego zakresu przygotowuje GroMar?	10
14.Dlaczego warto wydawać pieniądze na e-learning, platformę LearnWay i szkolenia GroMar dla mojej firmy?	10
Słownik e-learningu: 57 definicji	11
Jak zmierzyć ROI / ROE z e-learningu?	15
ROI vs. ROE – co lepsze?.....	15
Jakie kryteria pomiaru efektywności szkoleń stosować do obliczenia ROI/ROE? 6 przykładów.	16
Jak stworzyć efektywne szkolenie online w 9 krokach?	17
1.Wybierz cel i ustal misję kursu.	19
2.Ustal i poznaj grupę docelową	19
3.Dobierz odpowiednie metody i formy nauczania	19
4.Stwórz plan treści i scenariusz szkolenia	20
5.Zaproponuj materiały dodatkowe do kursu	20
6.Pomyśl o grywalizacji	21
7.Zweryfikuj swój pomysł.....	21
8.Zadbaj o właściwą komunikację wewnętrzną	21

9. Słuchaj i analizuj każdą uwagę i opinię	22
26 statystyk o e-learningu, które musisz znać	22
8 kluczowych trendów i szans dla e-learningu w 2020 roku.....	24
1. Talent Management & Candidate Experience absolutnym standardem.	24
2. Aplikacje mobilne święcą tryumfy.	24
3. Brak szkoleń dedykowanych: przede wszystkim katalogi gotowych szkoleń.....	24
4. Brak narzędzi, łączących wszystkie funkcjonalności lub różne oprogramowania ze sobą.	24
5. Wysoki poziom VR i AR.	24
6. Grywalizacja na każdym kroku.....	25
7. Wszechobecna promocja kultury Feedback 360°	25
8. Social learning i nauczanie poprzez chatboty.	25
Jak przygotować dobry brief dla projektu e-learningowego w 13 krokach?	26
1. Kim jesteście?	26
2. Jakie są Twoje i Twojej firmy doświadczenia z e-learningiem?	26
3. Jaka jest idea projektu?	26
4. Jakie są cele biznesowe szkolenia online?	27
5. Jaka jest docelowa grupa odbiorców?	27
6. Jakie wymagania techniczne ma spełniać projekt?	27
7. Jaki jest budżet projektu?	27
8. Jaki jest czas realizacji?	28
9. Jakie są dla Ciebie najważniejsze kryteria wyboru Partnera?	28
10. Bez jakich funkcjonalności Twojego szkolenia i/lub platformy się nie obejdzie?	28
11. Jakie znasz przykłady podobnych rozwiązań?	28
12. Jakiego oczekujesz wsparcia powdrożeniowego i obsługi Twojej platformy?	29
13. Z kim i w jakiej formie najlepiej się kontaktować w sprawie projektu?	29
Jeszcze więcej wiedzy o e-learningu	30

14 najpopularniejszych pytań i odpowiedzi o e-learningu

Na bazie 20 lat doświadczenia w pracy z polskimi przedsiębiorcami zgromadziliśmy najpopularniejsze pytania, które pojawiają się na początku prawie każdej współpracy z nowym Klientem. Być może są one także w Twojej głowie, a poniższe odpowiedzi naszych ekspertów pomogą Ci rozwiązać wszelkie wątpliwości.

1. Co to jest platforma LMS i szkolenie online?

Platforma LMS, czyli Learning Management System (System Zarządzania Szkoleniami) to aplikacja, która służy do administrowania, dokumentowania, tworzenia, raportowania oraz dostarczania kursów i szkoleń. Wspomaga pracę działów HR. Dzięki wdrażaniu e-learningowej strategii pomaga osiągać kolejne cele i wzrosty w biznesie. Używana od małych po duże firmy z sektora prywatnego i publicznego.

Szkolenie online to zbiór interaktywnych treści, grafik, animacji, zadań, łączące w sobie elementy merytoryczne i testowe.

Szkolenie online i platforma szkoleniowa LMS to osobne pojęcia, ale bardzo od siebie uzależnione. Platforma bez szkoleń nie ma sensu istnienia, a szkolenie bez platformy istnieć nie może.

2. Ile kosztuje e-learning?

To zależy. Nie ma jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie. Realizowaliśmy projekty szkoleniowe o budżetach **od kilku tysięcy złotych aż do kilkunastu milionów**. Swoje platformy wdrażały **firmy MŚP**, ale również **największe korporacje w Polsce i Europie**. Wszystko zależy od zakresu materiału do opracowania i ilości pracowników do przeszkolenia. Wpływu na koszt nie ma silna marka Klienta ani wielkość firmy.

Jak łatwo obliczyć cenę szkoleń? Najczęściej stosowaną jednostką miary kosztów szkoleń będzie 1 ekran – 1 slajd danego szkolenia, na który składają się m.in. opracowanie treści przez dydaktyków, animacje, grafiki, elementy grywalizacji, e-gry, testy i wiele, wiele więcej. To kompletnie inny efekt i nowa jakość w porównaniu do produktów stworzonych w PowerPoint, czy Prezi. **Średnia cena za 1 ekran to 150 – 400 PLN**. Dokładna kwota jest uzależniona od zaawansowania produkcji slajdu (użycia multimediiów i elementów interaktywnych). Ilość ekranów niezbędnych do stworzenia szkolenia określi e-learning ekspert po rzetelnym wywiadzie, dotyczącym Twojego biznesu i jego potrzeb.

Jaki jest koszt szkolenia na jednego Pracownika? Załóżmy, że masz do zrealizowania **szkolenie BHP**, złożone z **20 ekranów**, które musi zrealizować **500 Pracowników**. Przyjmijmy średni koszt przygotowania ekranu **200 PLN**. (20 ekranów x 200 PLN) / 500 osób = **8 PLN**. 8 złotych za wyszkolenie pracownika.

Ważne: przygotowane wcześniej szkolenie w razie rotacji Pracowników możesz ponownie zaprezentować nowo zatrudnionym. Wtedy raz poniesiony koszt w długim okresie czasu staje się inwestycją.

Taniej szkolić stacjonarnie, czy online? Policzmy przykładowe koszty jednodniowego szkolenia stacjonarnego:

- Wynajem sali konferencyjnej w dużej aglomeracji na 8 godzin dla 100 osób: **3000 – 5000 PLN brutto**
- Prowadzenie szkolenia przez specjalistę z danej dziedziny: **1500 – 2000 PLN brutto**
- Specjalista-celebryta, szkoleniowiec znany w wybranej branży: **4000 – 8000 PLN brutto**
- Catering konferencyjny: **50 – 60 PLN brutto/os.**(100 osób = **5000 – 6000 PLN brutto**)

Sumując powyższe kwoty, to minimum **13 500 – 21 000 PLN brutto**. Nie doliczyliśmy do tego jeszcze kosztów logistyki (m.in. dojazd na miejsce szkolenia Pracowników) oraz roboczogodzin zgromadzonych osób. **Łącznie przy 100 osobach wydałbyś około 30 000 PLN.**

W ramach takiego budżetu możesz zamówić **o wiele więcej szkoleń online** z większego zakresu materiału. Pracownicy realizują kursy o dowolnej porze w dowolnym miejscu. Każde z nich kończy się testem, którego wyniki w bardzo łatwy sposób możesz przeanalizować.

1. Jak wygląda przykładowe szkolenie online i platforma e-learningowa?

Wszystkie szkolenia umieszczane są na platformie online. Jeśli kiedykolwiek korzystałeś z jakiegoś systemu CRM, będzie to dla Ciebie zupełnie naturalne środowisko. Dla osób początkujących w zakresie obsługi komputera tego typu aplikacja także nie powinna sprawić żadnych problemów.

Po wejściu na platformę użytkownik widzi pakiet zagadnień do wyboru. Po kliknięciu w dany temat rozpoczyna kurs, słyszy i widzi kolejne komunikaty i treści. Najczęściej każde szkolenie ma swojego prowadzącego, tutora – animowaną postać, która pojawia się na kolejnych slajdach i nadaje ton całej narracji.

Chcesz zobaczyć przykładowe szkolenia? Skontaktuj się z nami poprzez **TEN** formularz. Otrzymasz dostęp do demo naszych szkoleń i platformy. Oto przykładowa **platforma e-learningowa dla Tesco**: <https://tesco.learnway.eu/>

2. Kto koordynuje projekt e-learningu w mojej firmie lub uczelni?

Ekspert GroMar, Opiekun Klienta i Project Manager w jednej osobie, sprawdzi potrzeby Twojego biznesu i skoordynuje cały proces wdrożenia e-learningu w Twojej

firmie. **Przy pierwszym kontakcie przeprowadzi z Tobą dokładną analizę Twojego biznesu.** Zapyta o cele, kierunki rozwoju, codzienne bolączki i największe sukcesy oraz zbada potrzeby szkoleniowe. Dopiero z taką wiedzą precyzyjnie zaprojektuje strategię e-learningową, oszacuje koszty i zakres prac oraz zaproponuje konkretne kreacje i koncepty, oparte na dokładnie określonej ilości ekranów. To tej osobie na etapie produkcji platformy i szkoleń oraz po wdrożeniu zgłaszaj wszystkie Wasze uwagi, obiekcje i poprawki. Zapewniamy bardzo wysoki poziom **SLA** (Service Level Agreement), czyli czasu reakcji na zgłoszenia Klientów.

Jaka jest rola HR Directora w przygotowaniach platformy i szkoleń? Twoją rolą jest dostarczenie wsadu merytorycznego do szkoleń – wszystkiego, co chcecie przekazać swoim Pracownikom, szczególnie w wypadku szkoleń stanowiskowych, onboardingowych, czy produktowych. Potrzebujemy wiedzieć wszystko to, co do tej pory wiedzieliście tylko Wy wewnątrz swojej organizacji.

Kto zarządza platformą szkoleniową po jej opublikowaniu? Są dwie możliwości:

- Administracja platformą leży w rękach Twojej firmy (mniejsze faktury, więcej pracy),
- Zarządzamy nią jako GroMar (koszty koordynacji są o wiele niższe, niż osobny pełny etat np. e-learning experta w Twojej firmie).

W obu wypadkach **przeprowadzamy dedykowane Twojej firmie pełne szkolenie wdrożeniowe** z obsługi platformy i szkoleń **stacjonarnie** w siedzibie Twojej firmy lub **online**. Dodatkowo **otrzymasz dokładną instrukcję** w PDF.

Czy pracuję z jednym opiekunem Klienta przez cały okres współpracy? Tak, od pierwszego briefu przez nadzór pracy działu IT, content managerów i finalizację projektu po obsługę posprzedażową – wszystko koordynuje ten sam ekspert GroMar. W codziennej pracy z Twoją firmą możesz liczyć także na wsparcie naszego działu wsparcia technicznego i kontakt z szefem działu kreacji, który odpowiada za zawartość szkoleń.

1. Jak motywować Pracowników do udziału w szkoleniach online?

Grywalizacja. Stwórz z systemu szkoleń w Twojej firmie swego rodzaju gry, w której Pracownicy zdobywają kolejne punkty za przejście nowych etapów. Spośród nagród warto wymienić np. dodatkowe dni urlopu, imprezy integracyjne, czy dodatkowe szkolenia zewnętrzne.

Jakość szkoleń. Nie, zbiór 50 stron tekstu w pliku PDF, udostępniony na wspólnym dysku w Twojej firmie to nie jest e-learning. Zapewnij odpowiednią jakość i atrakcyjność szkoleń swoim Pracownikom, a będą prosić o więcej. Znajdź odpowiedniego dostawcę e-kursów, który przygotowuje kreatywnie i nowoczesne rozwiązania. Zaproponuj system prestiżowych certyfikatów wewnętrznych za ukończenie danych szkoleń.

Certyfikaty dla Pracowników. Zwykle na platformach szkoleniowych w specjalnym kreatorze możesz stworzyć dla Pracowników system prestiżowych certyfikatów wewnętrznych za ukończenie wybranych szkoleń.

2. Co, jeśli nie mamy w firmie swojej platformy e-learningowej?

Nic straconego. Jeśli planujesz jednorazowo przeszkolić swoich Pracowników z danego zakresu i od razu po tym zapomnieć o e-learningu, możemy stworzyć „jednorazową mini-platformę”, na której zamieścimy kurs.

Jeśli jednak widzisz w sens w długoterminowej strategii e-learningowej, **przygotujemy dedykowaną Twojej firmie platformę szkoleniową.**

3. Czy muszę angażować w ten proces mój dział IT?

Niekoniecznie. Jeśli chcesz połączyć nowo powstałą platformę z Waszymi systemami (np. CRM, HRM), to tak, ich wsparcie będzie potrzebne. Jeśli jednak myślisz o zewnętrznej aplikacji, która nie będzie powiązana z żadnym firmowym oprogramowaniem, Twój specjaliści IT nie będą brać udziału w przygotowaniach.

4. W jakiej technologii są przygotowywane szkolenia online?

Nasze szkolenia tworzymy w programach **Lectora i Storyline** z użyciem języka **HTML5**. Wszystkie kursy zapisujemy w standardzie **SCORM**. Dawniej przygotowywano je w technologii **Flash**, jednak obecnie szkolenia **Flash’owe** przestają działać. Więcej o tym przeczytasz [tutaj](#). Jeśli masz już jakieś szkolenia we Flash, szybko i efektywnie **przekonwertujemy je za Ciebie do aktualnej technologii do HTML5**. Przygotowujemy także szkolenia z wykorzystaniem technologii **VR i AR** oraz w formie **video learningu**.

5. Jakiego sprzętu potrzebuję do e-learningu?

Nie martw się o sprzęt. Zapewne niezbędny sprzęt do realizacji szkoleń e-learningowych masz już w swojej organizacji. Wystarczą najzwyklejsze komputery PC, laptopy, tablety lub smartfony. Do bardziej skomplikowanych szkoleń VR i AR mogą być niezbędne gogle VR. W razie, gdybyś szukał nowego sprzętu dedykowanego e-kursom, skontaktuj się z nami, a chętnie podpowiemy nasze rekomendacje.

6. Jakie procesy HR mogą realizować na platformie szkoleń online oprócz e-learningu?

Obsługa szkoleń stacjonarnych. Rezerwuj sale, planuj terminarz spotkań, kontaktuj się z trenerami poprzez LearnWay.

Akceptowanie dokumentów firmowych. Nowy regulamin? Zmiana zasad używania samochodów służbowych? W LearnWay szybko i łatwo zbierzesz odpowiednie zgody i potwierdzenia od Pracowników.

Komunikacja wewnętrzna. Realizuj wewnętrzny biuletyn firmowy i przesyłaj ciekawe treści zebrane z sieci swoim Pracownikom poprzez LearnWay. W jednym miejscu zgromadzisz wszystkie newsy.

Oceny okresowe: ankiety 180 i 360. Pytaj, sprawdzaj, gromadź i analizuj dane. Przekaż swoim podwładnym odpowiedni feedback.

Rekrutacja Pracowników. Zlecaj zadania rekrutacyjne i przekazuj pierwsze informacje onboardingowe przez LearnWay. Zbieraj i porównuj informacje o kandydatach.

7. Ile trwa wykonanie szkolenia i platformy LMS od zera? Jak wygląda przykładowy harmonogram prac?

Przykładowo: opracowanie szkolenia złożonego z **50 ekranów**, w zależności od stopnia ich zaawansowania, merytoryki i interaktywności zajmie nam **od dwóch tygodni do dwóch miesięcy**. **Stworzenie od zera dedykowanej platformy e-learningowego dla Twojej firmy to minimum tydzień pracy.**

Tworzenie każdego szkolenia jest podzielone na 3 etapy: scenariusza, wizualizacji i programowania. Na każdym z etapów powinnaś mieć możliwość wglądu w trwające prace. Każdy z nich kończy się akceptacją po stronie Klienta. Dzięki temu Ty dostajesz to, czego naprawdę oczekiwałaś, a dostawca lepiej wie, jak trafić w założenia briefu i konceptu.

Oto przykładowy harmonogram działań, gdzie projekt zamknęliśmy w miesiąc:

ZADANIE	TERMIN	LICZBA DNI ROBOCZYCH	STRONA ODPOWIEDZIALNA
SCENARIUSZ			
Kreacja	19.09 – 27.09	5	GroMar
Weryfikacja	27.09 – 28.09	2	Firma x
Wprowadzenie ewentualnych uwag	28.09	1	GroMar
Finalna akceptacja	02.10	1	Firma x
WIZUALIZACJE			
Wizualizacja pierwszych 10 ekranów	21.09 – 28.09	4	GroMar
Weryfikacja wizualizacji	30.09	1	Firma x

Wprowadzenie ewentualnych uwag	02.10	1	GroMar
Opracowanie pozostałych wizualizacji	03.10 – 08.10	4	GroMar
PROGRAMOWANIE			
Przygotowanie finalnego oprogramowania całego modułu szkolenia na bazie zaakceptowanego scenariusza oraz wizualizacji	03.10 – 09.10	5	GroMar
Weryfikacja szkolenia	10.10 – 11.10	2	Firma x
Wprowadzenie ewentualnych uwag	11.10	1	GroMar
Finalna akceptacja szkolenia	14.10	1	Firma x

8. W jakim wieku powinni być Pracownicy, którzy będą korzystać z e-learningu?

Przygotowujemy szkolenia dla osób w dowolnym wieku. Nie ograniczamy się do konkretnej grupy. Wiemy, jak pracować z **dziećmi** i **seniorami**. Większość tworzonych przez nas szkoleń trafia jednak do osób w przedziale **18-65 lat**.

9. Jakiego typu szkolenia z jakiego zakresu przygotowuje GroMar?

Możemy przygotować szkolenie na każdy temat. Przez 20 lat działalności zrealizowaliśmy naprawdę wszystko. Od szkoleń gotowych, zawierających uniwersalną wiedzę dla każdej organizacji, po te tworzone od zera na bazie researchu i dostarczonych od Klienta treści. **Najczęściej Klienci pytają o szkolenia dotyczące takich zagadnień, jak RODO, BHP, Mobbing, Cyberbezpieczeństwo, IDD (Dyrektywa o Dystrybucji Ubezpieczeń), Praca zdalna i home office, Obsługa pakietu Office (np. Excel), Umiejętności miękkie, czy o konkretnych procedurach w danej firmie.**

10. Dlaczego warto wydawać pieniądze na e-learning, platformę LearnWay i szkolenia GroMar dla mojej firmy?

Dbasz o employer branding i oczekiwania Pracowników. Coraz trudniej zarówno pozyskać wartościowych Pracowników z rynku pracy, jak i utrzymać obecnych. Firmy kuszą wyższymi zarobkami i benefitami pozapłacowymi. Dostęp do platformy e-learningowej w perspektywie kilku lat stanie się tym, czym dziś jest karta Multisport, czy prywatna opieka medyczna. Będzie standardem. Warto zbadać oczekiwania podwładnych już teraz, aby wyprzedzić rynek i budować strategię employer brandingową swojej firmy w oparciu o własną platformę i indywidualny system szkoleń online z wewnętrznymi certyfikatami.

Obniżasz kosztów rekrutacji, onboardingu i wdrożenia stanowiskowego. Argument szczególnie istotny w wypadku działalności z dużą ilością Pracowników i z ich wysoką fluktuacją, np. sieci handlowe, firmy kurierskie, czy centra logistyczne.

Inspirujesz się najlepszymi. Strategie e-learningowe w swoich organizacjach wdrożyły m.in. Orlen, Tesco, mBank, DPD, DOZ, Pepco, Inter Cars, Warta, Poczta Polska, PLL LOT, czy PWN.



Słownik e-learningu: 57 definicji

W wielu spływających do nas briefach i zapytaniach pojawiają się branżowe pojęcia i skróty, których osoba spoza świata kształcenia online zupełnie nie rozumie. Postanowiliśmy przyrzeć się tym zagadnieniom i zdefiniować ich jak najwięcej, aby łatwiej było odnaleźć się w świecie e-learningu, jak i zrozumieć treści z e-booka.

ADL (Advanced Distributed Learning) – organizacja powołana przez Departament Obrony Stanów Zjednoczonych, zajmująca się tworzeniem i rozwijaniem specyfikacji związanych z rozwojem e-learningu. To oni stworzyli SCORM.

AICC (Aviation Industry CBT Committee) – międzynarodowe stowarzyszenie profesjonalistów e-learningu, projektujących szkolenia dla branży lotniczej. To ona w ostatnich latach najbardziej przysłużyła się rozwojowi kształcenia online. Standardy i rekomendacje AICC są do dziś wdrażane w systemach e-learningowych różnych branż.

Ankieta 180/360 – ocena okresowa Pracowników, realizowana narzędziami e-learningowymi.

ASP (*Application Service Provider*) – usługa dostawcy IT, obniżająca koszt wdrożenia platformy e-learningowej. Dzięki niej usługodawca zamieszcza platformę na swoim zabezpieczonym serwerze, a do tego dba o jego sprawne działanie i stały dostęp dla Klienta.

Audiobook – książka w formie audio, nagrana przez lektora.

Authoring tool – narzędzie do tworzenia i edycji treści e-learningowych, np. LearnWay LMS.

Blended learning – nauczanie hybrydowe, w którym łączy się elementy tradycyjne z narzędziami do nauki online.

Case-based e-learning – forma nauki online, w której uczniowie mają do rozpracowania pewien problem, wyzwanie, z którym muszą sobie poradzić.

CBT (Computer Based Training) – forma nauki z wykorzystaniem komputerów.

Content – treści, materiały dydaktyczne, wartość merytoryczna, zawarta w szkoleniu.

Content-based e-learning – forma nauczania online, maksymalizująca ilość przekazywanej treści.

Czat – narzędzie do synchronicznej, odbywającej się w tym samym czasie, komunikacji tekstowej między nauczycielem a nieograniczoną liczbą uczniów.

Demand-driven learning – edukacja stymulowana konkretną potrzebą, np. indywidualnym planem rozwoju lub zaleceniami przedsiębiorstwa.

Distance learning – zdalne nauczanie, kształcenie na odległość (KNO).

Dydaktyk medialny – osoba nauczająca za pośrednictwem internetu, projektująca szkolenia e-learningowe.

Dydaktyka – nauka o nauczaniu i uczeniu się.

E-book – książka zapisane w formie pliku, najczęściej w formacie PDF, MOBI lub EPUB.

E-learning – forma nauki, w której kontakt między nauczycielem, uczniem i wszelkimi materiałami dydaktycznymi odbywa się za pośrednictwem internetu.

Edutainment – uczenie się przez rozrywkę.

Forum dyskusyjne – forma asynchronicznej komunikacji grupowej, gdzie dane treści są grupowane w odpowiednich wątkach.

Grywalizacja - wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier w e-learningu w celu zwiększenia zaangażowania np. poprzez zdobywanie punktów, poziomów zaawansowania, odznak.

ICT – teleinformatyka, technologie informacyjno-komunikacyjne, zajmujące się przetwarzania, gromadzenia i przesyłania informacji w formie elektronicznej.

Infografika – graficzna, przystępna forma prezentacji najważniejszych danych, liczb, statystyk, wykorzystywana w e-learningu.

Interakcja – sprzężenie zwrotne pomiędzy różnymi elementami lub członkami kursu e-learningowego.

Interaktywność – proces związany z elementem szkolenia, który pobudza ucznia do działania, np. testem.

Komunikacja synchroniczna / asynchroniczna – rodzaj komunikacji, wymagający/niewymagający równoczesnego kontaktu uczestników.

Kształcenie ustawiczne (lifelong learning) - proces stałego odnawiania, doskonalenia i rozwijania kwalifikacji ogólnych i zawodowych człowieka przez całe jego życie.

Kurs dedykowany – kurs e-learningowy, przygotowany na specjalne zamówienie danej organizacji.

Kurs e-learningowy – zbiór zasobów dydaktycznych wraz z planem aktywności i zadaniami dla ucznia, dotyczący konkretnego zagadnienia.

Layout – warstwa wizualna kursu, np. czcionki, grafiki, układ treści, kolorystyka.

LCMS (Learning Content Management System) – środowisko online, łączące w sobie możliwości zarządzania strategią e-learningową (LMS) oraz tworzenia i edytowania własnych szkoleń (CMS). Znane także jako Virtual Learning Environment (VLE).

Link – odnośnik w kursie, prowadzący do konkretnej lokalizacji w internecie, np. strony internetowej, uzupełniającej i rozwijającej treści z kursu.

Logowanie – proces wejścia na platformę e-learningową z użyciem odpowiedniego hasła i loginu, uzyskanymi od zarządzającego platformą.

Microlearning – małe porcje wiedzy przekazywane w krótkich odstępach czasu, np. posty w social media, krótkie maile.

Mobile learning / m-learning – nauka z wykorzystaniem urządzeń mobilnych, przenośnych, np. laptop, czy smartfon.

Moderacja – kontrola nauczycielska wypowiedzi na forum lub czasie.

Moduł kursu – zamknięta część danego kursu e-learningowego, najczęściej dotycząca jednego, wybranego tematu. Coś jak rozdział książki.

Multimedialność – zbiór różnych form przekazu w jednym kursie, np. wideo, audio, grafiki, tekst, animacje.

Netykieta – zbiór zasad poprawnego zachowania w internecie i na platformie e-learningowej.

Onboarding – wdrożenie stanowiskowe Pracownika, realizowane m.in. poprzez e-learning.

Pigułka wiedzy – skondensowana jednostka wiedzy na dany temat.

Platforma e-learningowa – środowisko informatyczne, w którym magazynowane i realizowane są wszystkie e-szkolenia. Połączenie strony internetowej, programu komputerowego oraz bazy danych. Szkolenia nie mogą istnieć bez platformy, platforma bez szkoleń nie ma sensu.

Podcast – regularnie publikowane odcinki z treściami audio lub/i wideo, zawierające np. wypowiedzi specjalistów, wywiady, newsy i podsumowania.

Project-based e-learning – forma nauki online, oparta na realizowaniu projektów, prezentacji.

Rapid e-learning – metoda e-learningowa, w której ekspresowo tworzy się treści szkoleniowe przy zachowaniu odpowiedniej jakości.

Reusable Learning Object - element gotowy, który może być powielany w różnych szkoleniach.

Samokształcenie – samodzielne zdobywanie nowej wiedzy i umiejętności z danej dziedziny.

Scenariusz szkolenia – plan treści, merytoryki i układu szkolenia, podzielony na moduły.

SCORM (Sharable Content Object Reference Model) – standard zapisu danych w e-learningu, ujednociający szkolenia tworzone na różnych systemach i w różnych oprogramowaniach.

SLA (Service Level Agreement) – wskaźnik jakości i szybkości obsługi, jaki zapewniają dostawcy usług e-learningowych.

Tutor – wirtualna postać, stworzona jako narrator szkolenia i towarzysz ucznia podczas kursu. Znany także jako wirtualny agent.

WBT (Web Based Training) – forma nauki z wykorzystaniem internetu.

WCAG 2.0 (Web Content Accessibility Guidelines) – standard przygotowywania szkoleń e-learningowych, dostosowanych do potrzeb osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami.

Webinar (webinarium) – rodzaj seminarium prowadzonego za pośrednictwem Internetu, organizowany w celach szkoleniowych lub informacyjnych. Spotkanie w sieci, na którym nauczyciel prezentuje treści uczniom i wchodzi z nimi w interakcje.

Wideokonferencja – audiowizualne połączenie osób znajdujących się w różnych lokalizacjach.

Wirtualna klasa – wirtualna, synchroniczna przestrzeń do nauki, w której e-nauczyciel, wykorzystując np. wirtualną tablicę prezentuje swoim uczniom zapiski, rysunki, infografiki, czy prezentacje multimedialne.

VR/AR (virtual reality / augmented reality) – wirtualna lub rozszerzona rzeczywistość to nowoczesna technologia tworzenia szkoleń e-learningowych, w której dzięki specjalnym okularom VR lub sprawnemu smartfonowi uczeń przenosi się do innego świata. Niezapomniane doznania w wyjątkowej formie.



Jak zmierzyć ROI / ROE z e-learningu?

Wysoki **ROI (Return On Investment)**, czyli zwrot poniesionych kosztów e-learningu jest marzeniem każdego Prezesa i Dyrektora HR. Niestety, w biznesie panuje przekonanie, że nakłady poniesione na szkolenia, szczególnie online, nie przekładają się na zyski i nie mają żadnego ekonomicznego uzasadnienia. Poniżej pokażemy Ci kilka przykładowych wskaźników, które obalą tę tezę i potwierdzą, że szkolenia to nie strata dla firmy, a inwestycja.

ROI vs. ROE – co lepsze?

ROI jest bardzo zero-jedynkowym wskaźnikiem. Do jego obliczenia potrzebujemy konkretnych kwot i liczb. Nie zawsze jednak jest to możliwe do policzenia. W branży szkoleniowej częściej wykorzystuje się termin ROE (Return On Expectations). Dobrze postawione cele i kryteria pozwolą zbadać, czy postawione przed projektem szkoleniowym oczekiwania zostaną spełnione. Podsumowując, licz ROI, mając w rękę *twarde* dane. Postaw na ROE, jeśli projekt zapewnia Ci *miękkie* efekty.

$$\text{ROI} = (\text{zyski} - \text{koszty} / \text{koszty}) * 100\%$$

$$\text{ROE} = (\text{efekty} / \text{oczekiwania}) * 100\%$$

Jakie kryteria pomiaru efektywności szkoleń stosować do obliczenia ROI/ROE? 6 przykładów.

1. Oszczędności z wdrożenia jednego usprawnienia, zawartego w szkoleniu.

Wyobraź sobie, że masz 100 Pracowników – merchandiserów w swojej sieci sklepów. Każdy z nich codziennie wystawia produkty na półki w odpowiednim układzie i kolejności.

Wystarczy, że każdy z nich raz w miesiącu popełni błąd, dzięki któremu nie wyłoży ważnego dla Ciebie, wysoko marżowego produktu. Dzienny zysk lub strata w razie braku sprzedaży to w każdym salonie średnio 50 szt. x 20 PLN = 1000 PLN. 100 Pracowników x 1000 PLN = 100 000 PLN straty miesięcznie.

Średni koszt szkolenia e-learningowego dla merchandiserów to ok. 10 000 PLN. Załóżmy, że szkolenie wyeliminuje 50% błędów i zwiększy zysk Twojej firmy o 50 000 PLN. ROI wyniesie w takiej sytuacji:

$$\text{ROI} = (50\,000 \text{ PLN} - 10\,000 \text{ PLN} / 10\,000 \text{ PLN}) * 100\% = \mathbf{400\%}$$

Zainwestowano 10 000 PLN. Pozyskano dodatkowe 50 000 PLN obrotu.

2. Mniejsza fluktuacja Pracowników.

Sprawnie działająca platforma e-learningowa to dodatkowy powód, aby związać się z firmą na dłużej. Sprawdź, ilu Pracowników odeszło od Ciebie w ubiegłym roku, a ile w tym, w którym wdrożyłeś u siebie strategię szkoleniową. Uwaga: obserwuj i analizuj różne powody rezygnacji i zwolnień. Sam e-learning może nie wystarczyć, jeśli inne problemy uniemożliwiają efektywną i ciekawą pracę w Twojej organizacji.

3. Więcej napływających CV.

E-learning jako benefit pozapłacowy może zwiększyć zainteresowanie pracą w Twojej firmie. Porównaj ilość zgłoszeń przed i po dodaniu do ogłoszenia informacji o darmowych, certyfikowanych e-kursach dla Pracowników. Wyobraźmy sobie, że na to samo stanowisko ogłoszenie dostarczyło 20 i 50 kandydatów. Wzrost o 150%!

4. Niższe koszty szkoleń online w stosunku do stacjonarnych.

Co rok wydajesz 100 000 PLN na zjazd szkoleniowy całej firmy. Noclegi, dojazdy, roboczogodziny Pracowników, uroczysta kolacja – to wszystko generowało ogromne koszty i sprawiało problem dla osób z najdalszych zakątków Polski. Wszystko po to, by zaprezentować bieżące wyniki firmy, omówić najbliższe działania oraz przeprowadzić warsztaty szkoleniowe z ekspertami.

Czemu nie zastąpić tego zestawem szkoleń online, zawierającym wszystkie te informacje? Do tego zachowanym na wspólnej platformie na zawsze, co ułatwi odnoszenie się w codziennej pracy do zawartych tam treści i założeń?

Wiedza ekspertów oraz technikalna szkoleń online potencjalnie wyniosą 25 000 PLN. 300% ROI i 75 000 PLN zostaje w kieszeni przedsiębiorstwa co rok!

5. Tańszy onboarding.

Wyjazdy szkoleniowe, trenerzy, materiały, koszty błędów początkujących Pracowników, rezygnacje z pracy po 2/3 tygodniach od jej rozpoczęcia – to wszystko generuje ogromne koszty, które jesteś w stanie zniwelować jednorazowo przygotowanym wdrożeniem online. Tutaj ROI będzie bardzo łatwo policzalne.

6. Lepsze wyniki testów wewnętrznych.

Porównaj testowo wiedzę produktową Twoich Pracowników przed i po szkoleniach. Zobacz, o ile zwiększyła się ich wiedza i policz swoje ROE.

Analizuj i prezentuj w swojej organizacji powyższe statystyki, a zobaczysz pozytywne nastawienie do e-learningu wśród decydentów i szeregowych Pracowników. Cenimy o wiele bardziej każde działanie, które ma jasne i sprecyzowane cele, sens i efekty.

Jak stworzyć efektywne szkolenie online w 9 krokach?

Chcesz sam stworzyć pierwsze szkolenie e-learningowe? Wykorzystaj wskazówki ekspertów **GroMar** i zaplanuj **efektywny kurs online w 9 krokach**. Zadaj sobie i Zespołowi odpowiednie pytania przed realizacją projektu, a unikniesz problemów i stworzysz naprawdę przydatne narzędzia. Oto **infografika** i szczegółowy opis wszystkich zagadnień.



**9 KROKÓW
DO STWORZENIA
IDEALNEGO**

KURSU ONLINE

W TWOJEJ FIRMIE

- 1. WYBIERZ CEL
I USTAL MISJĘ
KURSU**
- 2. USTAL
I POZNAJ GRUPĘ
DOCELOWĄ**
- 3. DOBIERZ
METODY I FORMY
NAUCZANIA**
- 4. STWÓRZ
PLAN TREŚCI
I SCENARIUSZ**
- 5. POMYŚL
O DODATKOWYCH
MATERIAŁACH**
- 6. PAMIĘTAJ
O ELEMENTACH
GRYWALIZACJI**
- 7. ZWERYFIKUJ
ZAŁOŻENIA
KONCEPCJI**
- 8. ZADBAJ
O KOMUNIKACJĘ
WEWNĘTRZNA**
- 9. SŁUCHAJ
UWAG I OPINII
I ANALIZUJ JE**

1. Wybierz cel i ustal misję kursu.

Jakiego efektu oczekujesz? Po co w ogóle to robisz? Jakie wartości chcesz przekazać swojej strukturze? Kurs ma dotyczyć konkretnego produktu, zmienionego regulaminu, czy obsługi nowo zakupionych urządzeń? Jego rolą jest zwiększenie sprzedaży, czy usprawnienie organizacji pracy?

Jakie problemy rozwiązuje kurs? Co sprawiło, że pomyślałeś o e-learningu? Co w Twojej organizacji wymaga doszlifowania? Jaki proces chcesz usprawnić?

Czego konkretnie chcesz uczyć? Jakie dokładnie nowe umiejętności zdobędzie Twój Zespół?

To pierwszy kurs online w Waszej organizacji? Jeśli tak, koniecznie poświęć mu jak najwięcej swojej uwagi, aby potem liczyć na uwagę Pracowników. Początki z e-learningiem są jak randka z nowo poznaną osobą – pierwsze wrażenie naprawdę ma ogromne znaczenie. Jeśli zrazisz ludzi do swojego pomysłu nudnym PDF'em lub nieprzemysłanym szkoleniem, cały projekt na marne.

Doprowadź swoje rozważania do momentu, w którym bez problemu odpowiesz na pytanie, kto i co po ukończeniu szkolenia będzie potrafił oraz jak to dokładnie wykorzysta. Zaproponuj takie cele i misję, które samego Ciebie przekonałyby do wzięcia udziału w szkoleniu.

2. Ustal i poznaj grupę docelową

Czy chcesz przygotować materiały dla całej firmy, czy może dla wybranego działu? Kim są odbiorcy Twojego szkolenia? Jakie zadania przed nimi stoją i z czym się borykają?

Czy na pewno dobrze znasz swoich Pracowników? Wiesz, z jakich urządzeń mobilnych korzystają na co dzień? Jesteś pewien, jakich szkoleń potrzebują i jakie są ich priorytety? Znasz ich średni wiek? Jeśli to młode osoby, zaproponuj im więcej gier i elementów interaktywnych, aby przyciągnąć ich i zaangażować w cały proces, a w wypadku osób starszych postaw na minimalizm formy i maksymalizację treści.

3. Dobierz odpowiednie metody i formy nauczania

Preferujesz materiały wideo, a może audio? Lubisz słuchać audiobooków, a może czytać książki? W jaki sposób chcesz wdrażać wiedzę w firmie? Dziś e-learning to nie PDF z tekstem – to także webinary, fora dyskusyjne, interaktywne prezentacje, testy, animacje i wiele, wiele więcej. Wykorzystuj różne narzędzia w ramach Twojego oprogramowania, aby zadowolić odbiorców.

Zastanów się, jaka metoda nauczania online będzie najskuteczniejsza dla Twojej grupy docelowej. Swój kurs możesz oprzeć na nauczaniu **content-based** (dużej ilości treści przy minimalizowaniu interakcji ze Słuchaczem), **project-based** (edukacji na

bazie projektów i realizujących je zespołów) lub **case-based** (gdzie Pracownicy mają za zadanie poradzić sobie z konkretnym problemem, prawdopodobną sytuacją z Twojej organizacji).

Pomyśl o tym, czy Twoje szkolenie powinno mieć jakiegoś prowadzącego – mentora. Może namówisz Szefa Działu, lub Prezesa firmy, aby wcielił się w rolę narratora?

Dobierz odpowiednią **platformę LMS**, na której umieścisz szkolenie oraz **kreator** do tworzenia szkoleń online.

4. **Stwórz plan treści i scenariusz szkolenia**

Dokładnie zaplanuj wkład merytoryczny Twojego szkolenia. Wyodrębnij rozdziały (moduły) tematyczne i lekcje. Każdy z nich podsumuj w formie prostego testu, który pozwoli Ci zweryfikować i analizować zdobytą wiedzę oraz aktywizować kursantów.

Na bazie powyższego planu stwórz dokładny scenariusz szkolenia, w którym opisziesz każdy ekran, widok, funkcjonalność, czy zadania i gry dla Twoich kursantów.

Taki schemat pozwoli łatwo wracać do materiałów i uzupełniać informacje bez konieczności odgrzebywania maili sprzed kilku miesięcy. Kadrze menedżerskiej ułatwi to odniesienie się do konkretnych zaleceń, zawartych w szkoleniach.

Pamiętaj o praktycznych przykładach z życia wziętych. Sama teoria i założenia bez pokrycia zniechęcą szkolonych do dalszego rozwoju i utwierdzą ich w przekonaniu, że to Oni wiedzą najlepiej.

5. **Zaproponuj materiały dodatkowe do kursu**

Dodaj do kursu audiobook lub e-book, dzięki którym najaktywniejsi uczniowie będą mogli zdobyć dodatkową wiedzę. Daj szansę na więcej tym ambitnym, nie zanudzając przy tym tej części, której wystarczą podstawy.

Oryginalną formą takiego e-materiału szkoleniowego będzie pigułka wiedzy – interaktywny plik PDF, który posłuży za podsumowanie poruszonych w szkoleniu tematów. Pracownik będzie mógł szybko i wygodnie odświeżyć nową wiedzę.

Chęć wchłaniania nowych, nadprogramowych informacji lub jej brak docenisz lub podkreślisz podczas ewaluacji Pracownika i wraz z kolejną prośbą o podwyżkę.

6. **Pomyśl o grywalizacji**

Stwórz motywujący system wewnętrznej certyfikacji i nagradzaj punktami za ukończenie szkoleń. Zgromadzone certyfikaty zwiększą prestiż i wzmocnią pewność siebie Pracownika. Zdobyte punkty, np. w formie wirtualnych monet, mogą być wymienialne np. na vouchery do

sklepów, bilety do kina lub dodatkowy dzień pracy zdalnej. Spraw, aby Twoja platforma szkoleniowa łączyła naukę z zabawą.

7. Zweryfikuj swój pomysł

Opisz swój pomysł komuś z zewnątrz, nie związanemu z Twoją firmą. Przygotuj listę pytań i wątpliwości, które pomoże Ci rozwiązać. Zobacz, jak zareaguje.

Poszukaj doradców w swoim Zespole. Pokaż im zarys projektu i dowiedz się, czy to na pewno jest im potrzebne. Jeśli tak, upewnij się, czy forma lub zakres prezentowanego materiału są dla nich odpowiednie. Jeśli potrzebujesz szerszego feedbacku, przygotuj ankietę do rozesłania na służbowe skrzynki mailowe.

Jeśli dostrzegasz jakieś wartościowe i słuszne uwagi, wstrzymaj projekt i nanieś poprawki w punktach 1-6. W e-learningu pośpiech jest absolutnie niewskazany – każdy fałszywy krok może popsuć całą strategię i skutecznie zniechęcić wszystkich uczestników do projektu.

8. Zadbaj o właściwą komunikację wewnętrzną

Odpowiedni przekaz wewnątrz organizacji to absolutna podstawa sukcesu e-learningu. Wygłoś krótki speech na zebraniu wszystkich Pracowników. Opracuj krótki biuletyn lub prezentację zapowiadającą wdrożenie szkoleń online w Twojej firmie i podkreśl płynące z tego korzyści dla Pracowników (np. wspomniane certyfikaty i bonusy). Staraj się nie przymuszać, a inspirować. Nie wysyłaj mailem kilkudziesięciu stron tekstu z instrukcją. Uprość wraz ze swoim e-learningowym dostawcą cały proces do minimum.

9. Słuchaj i analizuj każdą uwagę i opinię

Każdy feedback to dla Ciebie bezcenna pomoc. Nie traktuj go jako personalnej krytyki, a jako konstruktywne rady, płynące bezpośrednio z frontu. E-learning ma być sprawnym narzędziem przede wszystkim dla Twojego Zespołu, więc warto słuchać.

Przygotuj kolejne szkolenie online, wykorzystując powyższe założenia. Czekamy na Twoją wiadomość zwrotną, w której opiszysz efekty swojej pracy. W razie potrzeby chętnie wesprzemy Cię i doradzimy na każdym z tych etapów. Trzymamy kciuki: niech moc e-learningu będzie z Tobą!

26 statystyk o e-learningu, które musisz znać

Jeśli jeszcze wątpisz w skuteczność e-learningu lub przygotowujesz właśnie prezentację dla Twojego Szefa, aby przekonać go do stworzenia firmowej bazy wiedzy, sprawdź poniższe, twarde dane o szkoleniach online z całego świata.

1. **18%** kursów e-learningowych dotyczy bezpośrednio zadań Pracownika, a pozostała część to dodatkowe materiały.
2. **23%** firm korzystających z eLearningu przygotowuje kursy dla swoich Klientów, a **13%** dla swoich dostawców.
3. **23%** Pracowników odchodzi z pracy z powodu braku dostępnych szkoleń.
4. **40%** firm z listy Fortune 500 korzystają regularnie z e-learningu.
5. **43%** amerykańskich studentów preferuje studia eLearningowe, a **81%** uważa, że eLearning pomógł im zdobyć lepsze oceny.
6. **49%** studentów na świecie w ostatnich 12 miesiącach wzięło udział w chociaż jednym kursie online.
7. **51%** HR Directorów potwierdziło, że eLearning poprawił morale ich Pracowników.
8. **52%** osób korzysta z m-learningu zaraz po przebudzeniu.
9. **60%** osób uważa, że eLearning lepiej pasuje do ich stylu życia niż tradycyjne szkolenia.
10. **65%** Millenialsów wybiera pracę ze względu na dostępne możliwości rozwoju osobistego.
11. **72%** firm uważa, że eLearning daje im przewagę konkurencyjną i obecność w gronie przedsiębiorstw, stawiających na nowe technologie.
12. **73%** dorosłych bierze pod uwagę ideę kształcenia ustawicznego, czyli lifelong learningu.
13. **77%** firm w USA korzysta z e-learningu, w tym **67%** na urządzeniach mobilnych.
14. **85%** z każdego dolara wydanego na klasyczne szkolenia stacjonarne pochłania logistyka (dojazdy, wynajem sal, noclegi).
15. Badanie przeprowadzone przez „American Society for Training and Development” wśród **2500 firm** wykazało, że firmy posiadające „kompleksowe programy szkoleniowe” mają o **+218%** wyższe przychody w przeliczeniu na Pracownika i osiągają o **+24%** wyższe marże.
16. eLearning w firmach urósł o **+900%** od 2001 do 2017 roku.
17. Globalny rynek e-learningu w 2015 roku osiągnął **107 miliardów \$**, a do 2025 roku wzrośnie do **325 miliardów**.
18. IBM zaoszczędził **200 000 000** dolarów na wdrożeniu eLearningu.

19. Inwestycja w eLearning przyniosła wzrost przychodów w **42%** firm.
20. Micro-learning jest o **+17%** bardziej efektywny i wzbudza o **+50%** większe zaangażowanie od nauczania typowego e-learningu.
21. Najlepsi nauczyciele online zarabiają nawet **40 000** dolarów rocznie.
22. Przygotowanie kursów e-learningowych zabiera **-90%** mniej energii elektrycznej i wytwarza o **-85%** mniej CO² niż przygotowanie tradycyjnych szkoleń i lekcji.
23. Rynek e-learningu istnieje już **ponad 20 lat** (słowo „elearning” padło po raz pierwszy w 1998).
24. Średni poziom zapamiętanej wiedzy z eLearningu to **25-60%**, podczas gdy ze szkoleń stacjonarnych **8-10%**.
25. VR i AR stają się coraz popularniejsze: w 2017 roku Sony sprzedało produkty wykorzystujące te technologie o wartości **500 000 000** dolarów, a w 2020 roku rynek szkoleń VR/AR ma osiągnąć **300 000 000** \$.
26. Z każdego dolara zainwestowanego w eLearning, średnia stopa zwrotu to **30\$**.

8 kluczowych trendów i szans dla e-learningu w 2020 roku

Na początku 2020 roku odwiedziliśmy największe branżowe targi w Europie, LEARNTEC 2020. Poniższe trendy i szanse dla branży szkoleń online to wyniki naszych obserwacji u kolegów zza zachodniej granicy.

1. Talent Management & Candidate Experience absolutnym standardem.

Elementy rekrutacyjne, employer branding, zarządzanie talentami i potencjalnymi kandydatami na Naszych Pracowników zdominuje współpracę światów e-learningu i HR. Widać, że problemy z pozyskiwaniem nowych Pracowników to zmartwienie nie tylko polskich, ale także rekruterów.

2. Aplikacje mobilne święcą tryumfy.

Bez szkoleń w wersji mobilnej ani rusz. Wszystkie nowe rozwiązania szkoleniowe muszą być dostosowane do smartfonów i tabletów, najlepiej w formie prostej i intuicyjnej aplikacji. W dobie urządzeń mobilnych szkolenia desktopowe znikną z rynku w perspektywie kilku lat.

3. Brak szkoleń dedykowanych: przede wszystkim katalogi gotowych szkoleń.

To był jedno z naszych największych zaskoczeń. W GroMarze jesteśmy przyzwyczajeni do szkoleń „szytych na miarę”, zaś na LEARNTEC spotkaliśmy przede wszystkim

dostawców „gotowców”. Pytani o to, czy są w stanie dostosować platformę lub treść szkoleń pod potrzeby danej firmy, mocno kręcili nosem. Jeśli szukasz czegoś dedykowanego Twojemu biznesowi, szukaj producenta na polskiej ziemi.

4. Brak narzędzi, łączących wszystkie funkcjonalności lub różne oprogramowania ze sobą.

Teoretycznie na rynku jest już wszystko, ale... gdy chcemy mieć kilka funkcji i rozwiązań w jednym narzędziu, dostawcy rozkładają ręce. Każda aplikacja sama sprawdza się świetnie, ale próżno szukać czegoś, co ma w sobie wszystko lub integruje 5 apek w jedną. To szansa dla polskich firm. W końcu Polak potrafi.

5. Wysoki poziom VR i AR.

Dość powiedzieć, że firmy prezentujące rozwiązania związane z tymi technologiami zajęły blisko 25% całej powierzchni targowej. Trendy i możliwości wdrażania wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości w szkoleniach zalewają europejskie firmy. Niebawem ta fala przyplynie również do Polski. Mamy pierwsze takie projekty za sobą i rzeczywiście robią wrażenie, nawet na samych twórcach. To zupełnie nowe doświadczenia dla kursantów z różnych dziedzin przemysłu 4.0.

6. Grywalizacja na każdym kroku.

Gwarancją efektywnej nauki online w 2020 roku ma być zdobywanie leveli, odznak i punktów doświadczenia za ukończone lekcje i etapy szkolenia. Mechanizmy z gier są wprost adaptowane do edukacyjnych aplikacji mobilnych. Dzięki wizycie na targach wiemy, w którą stronę rozwijać nasz panel grywalizacyjny na platformie Learnway, aby sprostać oczekiwaniom klientów zagranicznych.

7. Wszechobecna promocja kultury Feedback 360°.

Nareszcie przedsiębiorcy zrozumieli, jak cenna jest wiedza „z dołu” organizacji, a świat IT i e-learningu skutecznie odpowiedział na to odpowiednimi narzędziami. Kilkoma kliknięciami możemy uzyskać dostęp do ankiet 180 i 360, czy raportów z wywiadów i testów, przeprowadzonych z pracownikami. Z sukcesem wdrożyliśmy to m.in. w firmie OCHNIK, o czym piszemy [TUTAJ](#).

8. Social learning i nauczanie poprzez chatboty.

Krótkie treści, czy blog posty w formie „pigulek wiedzy”, proste algorytmy, zadania, testy do rozwiązania na Messengerze w wolnej chwili – to nawet nie przyszłość, a teraźniejszość szkoleń online, szczególnie dla najmłodszych pokoleń. Mamy kilka minut na zaangażowanie ich uwagi, więc chatbot będzie do tego idealny.



Jak przygotować dobry brief dla projektu e-learningowego w 13 krokach?

Jeśli nie chcesz robić szkoleń samodzielnie, możesz zlecić je firmie zewnętrznej, takiej jak GroMar. **Dobry brief to pierwszy krok do udanej realizacji szkoleń dla Twojej firmy.** Poszukiwanie odpowiedzi na poniżej wymienione pytania uruchomi w Twojej organizacji dotychczas nieodbyte dyskusje i rozszerza horyzonty Waszego projektu. Nasi **elearning eksperci** na bazie ponad kilku tysięcy przykładów przygotowali zestaw niezbędnych elementów dobrego briefu. Naprawdę warto poświęcić czas i doszlifować wszystkie te szczegóły przed wysłaniem specyfikacji projektu do jego potencjalnych wykonawców. **Na jakie pytania musisz sobie odpowiedzieć?**

1. Kim jesteście?

Kim jesteście? Czym się zajmujecie? Dokąd zmierzacie? Jaka jest Wasza misja i wizja? Po co istniejecie?

W kilku zdaniach opisz swoją firmę. Pozwoli to w pierwszych sekundach ocenić dostawcy, czy potrafi skutecznie pracować z takimi podmiotami jak Twój o podobnej wielkości, czy branży. Już na tym etapie pojawią się pierwsze punkty styku i relacja między obiema firmami.

2. Jakie są Twoje i Twojej firmy doświadczenia z e-learningiem?

Realizowałeś już osobiście jakieś kursy online? Macie swoją platformę szkoleniową w firmie? A może pracujesz z samymi przeciwnikami cyfryzacji i napotykasz silny opór wobec e-learningu?

Opisz Wasze doświadczenia, aby dostawca wiedział, w jakiej formie przygotowywać materiały z ofertą i na które elementy w komunikacji projektu położyć największy nacisk.

3. Jaka jest idea projektu?

Na czym Ci finalnie zależy? Do jakiej zmiany będą Ci przydatne takie narzędzia rozwoju online? Co zaszczepiło w Tobie pomysł wdrożenia e-learningu? Jaki proces w Twojej organizacji wywołał tę potrzebę?

Skróć w kilku słowach wizję Twojego **projektu e-learningowego**. Każda wskazówka pomysłodawcy może być bardzo cenna. Wskaż, jakiej rewolucji chcecie dokonać w Waszej organizacji. Opowiedz o tym, jakie przewidziałeś dla **e-learningu** role i funkcje.

4. Jakie są cele biznesowe szkolenia online?

Twoim celem jest zwiększenie obrotów poprzez poprawę jakości obsługi Klienta, czy może lepsza sprzedaż danego towaru dzięki szkoleniom produktowym? Chcesz, aby e-learning był źródłem bezpośrednich zysków, czy może inwestycją w benefity pozapłacowe dla Pracowników?

Opowiedz o tym, jakie warunki biznesowe musi spełnić finalny produkt, abyś poczuł, że przyniósł realną korzyść Twojej organizacji. Jakiego zwrotu z inwestycji oczekujesz?

5. Jaka jest docelowa grupa odbiorców?

Kurs jest przeznaczony dla Twoich Pracowników, czy może dla Klientów Twoich salonów? Kim są odbiorcy? W jakim są wieku? Jak często mają do czynienia z urządzeniami mobilnymi lub komputerami?

Znajomość docelowej odbiorcy szkoleń jest dla ich twórcy absolutną podstawą, aby rozpocząć pracę.

6. Jakie wymagania techniczne ma spełniać projekt?

Ma sprawnie działać na Androidzie, czy na iOS? Będzie używany na komputerach stacjonarnych, czy może na smartfonach? Ile osób jednocześnie w maksymalnej wersji będzie z niego korzystać?

Przed wysłaniem briefu sprawdź, jakie urządzenia dominują w Twojej firmie. Ustal, ilu Pracowników i gdzie będzie realizować szkolenia – w pracy, a może w domu?

7. Jaki jest budżet projektu?

Najczęściej wiesz, ile maksymalnie jesteś w stanie przeznaczyć na pojedyncze szkolenie lub całą platformę z gotowymi szkoleniami. Masz wątpliwości, czy podawać tę kwotę potencjalnym dostawcom w obawie o zawyżanie potencjalnych kosztów?

Tak, zdecydowanie warto. Już na samym starcie współpracy i dostawca i Klient będą wiedzieć, czy porozumienie między firmami jest możliwe. Dzięki temu od razu są w stanie określić, jak interaktywny i zaawansowany technologicznie może być produkt dedykowany Twojej firmie. Może warto zwiększyć przewidywany budżet w imię użycia technologii VR/AR, czyli wirtualnej rzeczywistości?

8. Jaki jest czas realizacji?

Kiedy chcesz mieć gotowe szkolenie? Czy jest jakiś deadline?

Określ, jaki jest przewidywany termin finalizacji projektu.

9. Jakie są dla Ciebie najważniejsze kryteria wyboru Partnera?

Na co zwracasz uwagę? Z kim wolisz pracować? Jakie cechy powinna mieć ta osoba lub firma? Przekonują Cię odpowiednie case studies, czy może dobra obsługa i wygodny kontakt?

Dzięki tej wiedzy łatwiej personalnie dopasować specjalistę, który będzie odpowiadał Twojemu charakterowi i z którym lepiej będzie Ci się pracowało. **Projekty e-learningowe** potrafią trwać wiele miesięcy, więc dobrze mieć sprawdzonego i zaufanego człowieka po drugiej stronie stołu.

10. Bez jakich funkcjonalności Twojego szkolenia i/lub platformy się nie obejdziesz?

Co miesiąc musisz robić raport dla prezesa? Twój Pracownicy zgłaszają, że najchętniej słuchają audiobooków, ale za to nienawidzą czytać? Centrala często wykorzystuje webinary w codziennej komunikacji?

Pomyśl, jakiego typu raportów będziesz potrzebować do **analizy efektów szkoleń**. Zaproponuj formy przekazywania treści, które najlepiej dopasują się do Twojej organizacji. Sprawdź w **ankietach wewnętrznych** preferencje swojego Zespołu.

11. Jakie znasz przykłady podobnych rozwiązań?

Czy na rynku jest już podobny produkt? Słyszałeś już o takim szkoleniu?

Wskaż w briefie wzory i inspiracje, na których zbudowałeś swój **e-learningowy pomysł**. Takie punkty odniesienia pozwolą oszacować skalę projektu i lepiej nakreślić całą wizję.

12. Jakiego oczekujesz wsparcia powdrożeniowego i obsługi Twojej platformy?

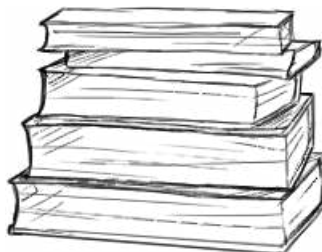
Masz swój dział IT w firmie?

Jeśli tak, przed wysłaniem briefu omów z nimi cały projekt i ustal, na których etapach są w stanie go wesprzeć. Jeśli nie, zapisz w briefie, że będziesz potrzebować partnera projektu, który będzie z Tobą cały czas, a nie jedynie dostawcy, który ma tylko przygotować oprogramowanie.

13. Z kim i w jakiej formie najlepiej się kontaktować w sprawie projektu?

W jakiej formie otrzymamy feed back? Kto dokładnie z Twojej organizacji należy do Zespołu projektowego, pracującego nad e-learningiem? Kto jest osobą decyzyjną w tej sprawie?

Te dane znacznie usprawnią efektywne działania, pokonywanie kolejnych kamieni milowych, wszelkie akcepty i analizy Waszych uwag.



Jeszcze więcej wiedzy o e-learningu

Kompendium wiedzy o szkoleniach BHP online - <https://gromar.eu/blog/szkolenia-bhp-online/>

Poradnik dla firm szkoleniowych, jak przejść ze świata offline do online - <https://gromar.eu/blog/jak-zamienic-szkolenia-stacjonarne-na-dobre-kursy-online-poradnik-dla-firm-szkoleniowych/>

Kompletny poradnik o onboardingu Pracowników - <https://gromar.eu/blog/onboarding/>

Wszystko o szkoleniach IDD - <https://gromar.eu/blog/co-to-jest-idd/>

16 podcastów o HR i e-learningu, które musisz znać - <https://gromar.eu/blog/podcasty-hr-elearning/>