

КАК ВОВЛЕКАТЬ В ОБУЧЕНИЕ



*Автор: Елена Тихомирова,
CEO eLearning center*

Создать вовлекающую учебную среду - задача вполне себе актуальная в **eLearning сообществе**. Успех компаний во многом зависит от того, насколько сотрудники подготовлены. Нужно сделать так, чтобы сотрудники регулярно обучались, желательно по доброй (читай - по своей) воле, и, самое главное, - все изученное должно перейти в практику.

Последнее, между прочим, едва ли не самый важный показатель вовлеченности человека обучение - я не только все внимательно слушала и участвовала, но думала о том, как я могу это применять в своей работе и, что еще более важно,

пришла на рабочее место и начала пробовать делать так, как меня учили. Именно стартовое применение - это самое трудное.

Во многих случаях, себя нужно заставить делать иначе: отследить момент, когда вы действуете иначе, и в этот самый момент принять решение пробовать новое, вне зависимости от обстоятельств.

Это дополнительное время, это риск и отсутствие гарантии результата (потому что не факт, что первого раза у вас получится) и очень большая ментальная нагрузка.



ЧТО ТАКОЕ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ?

Обсуждение вовлеченности в обучении нужно начинать с понимания, что такое вовлеченность и как она устроена.

В процессе рассуждения часто оказывается, что само по себе вовлечение в обучение это хорошо, но совсем не цель.

Если человек не вовлечен дальше в процессы применения знаний, в реальную деятельность компании, то никакие инструменты вовлечения в учебу работать не будут: поведение не изменится, результат компании останется на том же самом месте.

ПРИЗНАВАТЬ И ЦЕНИТЬ

Если поверить, что самое сложное, это начать применять полученные знания на практике, то прежде всего нужно создать условия, в которых человека не только поддерживают в этот момент, но и поощряют, отмечают эти усилия.

Пирамида Маслоу все еще работает и признание имеет значение. Отследить начало применения новых знаний и в нужный момент (тут момент имеет очень большое значение) сказать, что мы видим, что ты стараешься и очень ценим, что ты стал делать именно так, как мы тебя научили (точнее, как ты сам научился).

Тут мы убиваем сразу двух зайцев - мы не только мотивируем к применению, но повышаем ценность обучения в глазах сотрудника, потому как он обучился, начал применять и тут его достижения признали, значит обучение - имеет смысл и ценность.





СРЕДА ОБУЧЕНИЯ НЕ ДОЛЖНА БЫТЬ ТОКСИЧНОЙ

Что нужно?

- максимальная реалистичность и связь с теми задачами, которые мне пришлось отложить, чтобы пройти это обучение;
- понимание цели и траектории развития, видение образа "сотрудника, который проходит все курсы" и представление о том, зачем все это нужно, не только в целом, но по каждому учебному объекту в отдельности;
- краткость - потому что она снижает уровень неопределенности после обучения. Лучше начать с малого и применять хотя бы это, все остальное "прирастет" потом. Меньше - лучше.

ВАЖНО РАЗНООБРАЗИЕ

Нет, не форматов и мультимедиа. А взаимодействия и активностей. Да, большей частью придется управлять руками и выделять на это время, много.

Но именно это обеспечивает вовлеченность. Живая коммуникация, ответственность перед человеком и группой, много триггеров, которых в самостоятельном, асинхронном формате задействовать нельзя.

Каким бы ни был курс необычным, ярким, мультимедийным, любопытство пройдет минут через 10, и слушатель останется наедине с собой. И вот тут он точно найдет способ с собой договориться, отложить, пропустить, оставить на потом.

В группе это сложнее, потому социальная компонента и имеет такое значение в обучении. И еще мы учимся друг от друга.





ОДИН ПРИМЕР ОТЛИЧНОГО ЗАДАНИЯ

Вот пример интересного задания, которое может увлечь людей обучением.

Берем актуальную проблему клиента (свежую, живую), может быть, даже несколько. Проблема соответствует рабочим задачам целевой аудитории.

Задача для группы - изучить проблему и найти все корпоративные ресурсы и источники, которые могут быть полезны в решении этой проблемы.

Тут нужно самому искать и думать, читать сами источники, а если еще и обсуждение будет - совсем хорошо. Автоматизировать ничего нельзя, нужна хорошая обратная связь, модерация, участие эксперта, ведущего.

КОРОБОЧНЫЙ ПРОДУКТ?

Создание вовлекающей среды обычно воспринимается как покупка какого-то коробочного продукта.

У меня такая аналогия. Представьте, что вы переехали в новую квартиру, и решили устроить новоселье - званый ужин. Вам надо оборудовать кухню.

Задача простая: вы, ваша семья, ваши гости должны иметь все для того, чтобы есть и пить.

Вы покупаете сервиз: тарелки разных видов, чашки и так далее. Если вы захотите бокалы и стаканы, нужно купить другой набор.

И вот чтобы организовать званый ужин, новоселье в своей новой квартире, вам нужно купить определенный набор наборов.





ПОЧЕМУ "КОРОБКА" НЕ РАБОТАЕТ?

Чтобы этот ужин состоялся, вы как хозяева должны вовлечься.

Ужин нужно приготовить. Придумать меню, составить список гостей, запланировать время для приготовления. Хозяин, хозяйка - принимающая сторона, должны в этом процессе участвовать.

Когда мы говорим про систему вовлеченности, вовлекающую среду, у нас почему-то складывается такое впечатление, что мы купим сервис, и он сам нас накормит.

Мы думаем, что набор инструментов отработает ту задачу, которую мы хотим получить.

Как бы провайдер коробку ни упаковывал, он все равно где-то не попадет.

Он сделает так, как он посчитает правильным. И он никогда не увидит задачу с той позиции, с которой на нее смотрит заказчик.

Нужно сначала понять, что такое вовлекающая среда, зачем она нам нужна и как она должна быть устроена.

Причем именно для нашей компании. Как она выглядит? Это не та ситуация, где one size fits all. Здесь ни при каких условиях не может произойти ситуация, в которой одна "коробка" про вовлечение подойдет в одной компании, и эта же "коробка" подойдет в другой.





КОМУ НУЖНО ВОВЛЕЧЕНИЕ?

Неправильно в принципе говорить про вовлечение в обучение.

Можно говорить про вовлечение в использование знаний, вовлечение в свою собственную деятельность.

Обучение не происходит от того, что человек вовлекся в обучение, компании от этого ни жарко, ни холодно.

Какая мне как руководителю разница, если мои сотрудники работают, качественно делают свою работу? Мне же не нужно, чтобы они вовлекались именно в обучение, мне нужно, чтобы они применяли то, чему они научились.

МЕНТАЛЬНОЕ УСИЛИЕ

Часто такое бывает: человек вернулся после обучения на свое рабочее место, и не увидел ни от кого никакой реакции.

Ему самостоятельно нужно остановиться, самостоятельно вычленив момент, когда возникали ошибки, самостоятельно переложить материал тренинга в эту конкретную ситуацию и начать делать по-другому.

Это больше времени, это больше риска - может не получиться, а сделать надо сейчас. А представьте, насколько сложно может быть в ситуации переговоров.

Какое ментальное усилие в момент встречи с клиентом надо произвести, чтобы по-новому начать реагировать на возражения? Оно нечеловеческое.





ГДЕ И КОГДА ВОВЛЕКАТЬ?

Когда люди бегут марафон, кто-то должен стоять по бокам трассы и кричать “давай-давай”. Кто-то должен подбадривать, подталкивать. Вот вовлечение.

Инструменты вовлечения должны быть в процессе применения, нужно сопровождать применение:

- это фокусирует внимание,
- это дает мне право попробовать и совершить ошибку,
- это признание.

Идут изменения, и мы этот процесс стимулируем, мы подбадриваем.

КАК ВОВЛЕКАТЬ?

Вовлеченность в обучение строится не от технологической среды. Она “крафтится” руками тех людей, которые вовлечены в организацию обучения. Мы хотим сделать схему, которую можно настроить один раз, и там будут такие жернова, которые вовлекают. Так не бывает.

Чем меньше очной коммуникации, тем меньше вовлечения.

Если возвращаться к аналогии с мероприятиями - любого формата, от домашних посиделок до профессиональных конференций, все будет работать, если организаторы рады гостям, если организаторы вовлечены в это мероприятие. Именно это делает мероприятие живым. Создание любой вовлекающей среды, сообщества - кропотливый труд его организаторов.

Ни одно мобильное приложение, ничего не заработает, если этот процесс не будут пушить и драйвить люди.





<http://www.e-learningcenter.ru>
info@e-learningcenter.ru



Телеграм-канал Живое обучение
ведет Елена Тихомирова



Живое обучение на Youtube