ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 3 - number 54 Wednesday 30 january 2019

Come calcolare il ROI nell'e-learning?

Vale davvero la pena investire nell'e-learning? Per saperlo, si può valutare il ROI considerando i benefici quantitativi e qualitativi della formazione online.

La formazione in modalità e-learning è uno strumento fondamentale per le aziende che vogliono mantenersi competitive attraverso l'aggiornamento costante dei propri dipendenti. La domanda che molte aziende si fanno, però, è se conviene davvero investire sui corsi online. Per avere una risposta si può usare l'indice ROI, return on investment, tenendo conto delle caratteristiche specifiche dell'e-learning.

1. Come calcolare il ROI nell'e-learning?

Il ROI o ritorno dell'investimento è il rapporto tra l'utile (il guadagno dato da un'attività) e l'investimento. In sostanza, il ROI dice in percentuale quanto è aumentato l'utile di un'azienda dopo aver fatto un certo investimento. Nel caso dell'e-learning, e della formazione in generale, si può partire dallo stesso principio e valutare l'utile. La formazione online porta i suoi frutti se quello che si è speso per realizzare il corso ha portato a un aumento dei ricavi per l'azienda. Mentre è facile identificare i costi sostenuti, e quindi gli investimenti fatti nell'e-learning, è più complesso quantificare i ricavi perché bisogna considerare sia l'aspetto quantitativo sia l'aspetto qualitativo della formazione online.

2. I costi della formazione online

Un'azienda che vuole investire nell'e-learning deve sostenere almeno due tipi di costi:

- Acquisto della piattaforma di e-learning con cui creare, gestire ed erogare i corsi online
- Pagamento dei professionisti dell'e-learning che si occupano dei corsi: instructional designer, formatori esperti, coordinatori ecc.

Una volta acquistata una piattaforma che permetta di creare, gestire ed erogare corsi online, l'azienda deve pensare alle risorse che vuole destinare ai formatori.

3. Il risparmio sui costi dell'e-learning rispetto alla formazione tradizionale

Uno dei fattori da considerare nel calcolo del ROI nell'e-learning è il risparmio che si ottiene rispetto alla formazione tradizionale in aula. Prendiamo il caso di un'azienda che ha più filiali in diverse città e ha bisogno di fare un importante aggiornamento delle procedure. Se sceglie di formare il personale con un corso online può far incontrare tutti i reparti coinvolti, di tutte le sedi, senza far spostare nessuno dai propri uffici attraverso webinar e aule virtuali. Questo significa meno costi logistici e di trasporto rispetto alla formazione tradizionale.

4. L'aumento della produttività grazie alle nuove competenze acquisite dai dipendenti

Un altro fattore da considerare è l'aumento della produttività dell'azienda dopo il corso. Per esempio, dopo il corso online i dipendenti sono in grado di svolgere determinate mansioni riducendo l'incidenza degli errori oppure sono più veloci. Tutto questo può portare ad un incremento delle vendite e nuovi clienti. A questo aumento quantitativo e qualitativo della produttività va assegnato un valore che contribuisce a determinare il ROI.

5. L'esperienza di formazione come valore aggiunto dell'e-learning

Infine, nel calcolo del ROI bisogna includere il valore aggiunto dell'e-learning rispetto alla formazione tradizionale. La possibilità di imparare quando e dove si vuole e la libertà di usare strumenti multimediali e non solo testi per l'apprendimento sono solo alcuni dei benefici che solo la formazione in e-learning è in grado di offrire.
Per capire se l'investimento fatto nell'e-learning ha avuto un effetto positivo in azienda si può usare il ROI tenendo conto dei costi sostenuti e del risparmio ottenuto rispetto alla formazione in aula. Inoltre, bisogna considerare l'aspetto qualitativo e quantitativo della produttività e la libertà di apprendere come e dove si vuole che solo i corsi online possono offrire.