ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 6 - number 209 Wednesday 29 june 2022

Come impostare i touchpoint per l'apprendimento

Come fare a strutturare i punti di incontro tra i contenuti e il nostro target di riferimento?

La progettazione moderna di corsi in modalità eLearning, come affrontato negli articoli precedenti dedicati all' impostazione di un format e alle regole per il transmedia storytelling, prevede necessariamente che i nostri learner ricevano una somministrazione formale dei contenuti ma che siano, al contrario, circondati dalle informazioni attraverso dinamiche di apprendimento "aumentate" dalla tecnologia.

Il modello OK-LCD, un supporto alla nuova formazione digitale

Uno dei modelli più interessanti per la progettazione e la gestione di corsi in modalità eLearning è il modello OK-LCD (Crystal Kadakia e Lisa M.D. Owens, Il design della formazione, FrancoAngeli 2021), di cui abbiamo già parlato in un precedente articolo, che prevede la specifica creazione di un'**azione surround** nella fase di progettazione di corsi in modalità eLearning.

L'azione surround deriva da una specifica necessità dei learner, soprattutto in ambito aziendale. Solitamente l'offerta di contenuti formativi o tutoriali è estremamente limitata o somministrata attraverso una metodologia poco scalabile. Inoltre, le informazioni non possono essere ricercate facilmente e, spesso e volentieri, le persone si trovano nella necessità di raggiungere una determinata informazione nel modo più semplice e rapido possibile.

La gestione tradizionale delle informazioni interne all'azienda prevede che l'apprendimento venga gestito seguendo un corso in aula o eLearning, attivando un processo di valutazione delle competenze, dialogando con colleghi o con il manager o, pragmaticamente, andando a ricercare le informazioni necessarie su documentazione interna o su manuali operativi.

A questo punto della lettura sarà evidente anche a te che molte delle informazioni necessarie possono essere ricercate online o utilizzando altre opzioni esterne come la lettura di un blog, l'utilizzo di un forum di specialisti, la consultazione di un wiki, l'acquisto di libri e contenuti di approfondimento o, in casi di upgrade curricolare, l'iscrizione a corsi universitari o di alta formazione.

Ne consegue che le informazioni ottenute all'esterno dell'organizzazione aziendale possano essere frammentarie o poco pertinenti all'effettiva cultura in-house. Per non parlare della differenza di tecnologie e strumenti che potrebbero essere stati personalizzati per uno specifico utilizzo aziendale.

Tutta questa conoscenza necessita quindi di nuovi strumenti che spostino l'attenzione verso portali ampliati di formazione, verso metodologie di apprendimento che impediscano una possibile fuoriuscita di informazioni e di learner all'esterno dell'organizzazione.

A fare da spartiacque in tal senso è stata sicuramente la necessità delle organizzazioni di attivare nuovi canali di comunicazione tra le persone dopo la pandemia e con il fenomeno dello smart working sempre più utilizzato e apprezzato.

Come fare quindi a dotarsi di strumenti idonei per la valorizzazione di contenuti e per la progettazione di corsi in modalità eLearning ad alto impatto?

Il metodo OK-LCD prevede la possibilità di impostare diverse tipologie di touchpoint che consentano di ingaggiare i learner moderni.

I touchpoint per l'apprendimento

Troppo spesso siamo abituati a ragionare sugli utilizzatori dei nostri corsi come se fossero, in un certo senso, obbligate alla formazione. Non c'è nulla di più sbagliato.

Le persone che lavorano presso i tuoi clienti sono mosse da una moltitudine di emozioni e, soprattutto, di necessità.
La spinta a formarsi e informarsi può derivare da un periodo in cui si è più scarichi sui processi operativi, sulla necessità di avere informazioni aggiuntive sul funzionamento di un macchinario o di un processo o, banalmente, sulla prima acquisizione di competenze utili per il raggiungimento di un obiettivo professionale.

Per questo motivo la nostra attenzione, quando realizziamo corsi in modalità eLearning, deve andare sulla capacità di interagire con le persone.

Il modello OK-LCD parte dall'idea dei touchpoint per l'apprendimento, riprendendo un tema tanto caro a chi si occupa di business e di marketing.

Kadakia ed Owens hanno semplificato il concetto in tre categorie di interazioni formative, riprendendo studi e ricerche neuroscientifiche sulle modalità di apprendimento delle persone.

Il **touchpoint formale** è la modalità di interazione più utilizzata. Secondo questa interazione gli utenti di corsi in modalità eLearning partono da un punto di interazione predefinito di partenza (START) e uno di conclusione (END). Il percorso da seguire è più o meno ramificato e il processo termina, usualmente, con un certificato che attesta il completamento del corso.
Le organizzazioni con cui sono solito lavorare preferiscono questo tipo di approccio perché è il più canonico all'interno della cultura aziendale. La possibilità di integrare elementi di gamification e di riconoscimento, permette di creare percorsi che sono molto ricercati dai moderni learner.
Ciò è essenzialmente dovuto alla necessità che abbiamo, come persone, di immergerci nella conoscenza e di essere stimolati da una rete di contenuti che permettono di consolidare le nostre competenze. La formazione formale può essere erogata attraverso diversi canali, siano essi in presenza che online. La possibilità di creare meccanismi di engagement, oltre che l'introduzione di certificati, consente di ottenere ottimi risultati e, attraverso i moderni LMS come DynDevice, di tracciare il percorso di ogni utente o di un cluster di persone.

Quando il livello di interazione è rivolto ad altre persone, si parla di **touchpoint sociale**. Questa tipologia di touchpoint prevede, come avrai intuito, l'interazione con altri utenti. Obiettivo dell'interazione è richiedere aiuto nella comprensione dei contenuti, validazione degli stessi e, talvolta, valutazioni e commenti sulle informazioni proposte. La gestione di questo particolare tipo di touchpoint può essere strutturato (vedi il caso delle wiki) o destrutturato (commenti e feedback da analizzare). I moderni learner sono alla ricerca di attività di apprendimento sociale grazie a piattaforme interne all'azienda (sono molte le organizzazioni che investono in sistemi centralizzati di servizi e orientamento al personale) o attraverso piattaforme di terze parti, social, community o, come spesso accade, numerosi marketplace di corsi in modalità eLearning. Per invogliare la socialità vengono spesso utilizzati degli escamotage di marketing che consentono di stimolare l'importanza di seguire un certo tipo di corso.

La possibilità di accedere a risorse formative 24 ore su 24 viene definita, in tale contesto, **touchpoint immediato**. Questa tipologia di touchpoint permette di somministrare la conoscenza aziendale e tutta una serie di informazioni in modo automatico e, soprattutto, trasversale. Come anticipavamo in precedenza, non è detto che i learner possano aspettare un corso strutturato per imparare qualcosa. La necessità di conoscere dati, funzioni di un prodotto o specifici processi potrebbe arrivare da un momento all'altro. Per questo motivo ogni tipo di risorsa è disponibile online e centralizzata, spesso fruibile da innovativi sistemi di ricerca o, nei casi che preferisco, attraverso motori di Natural Language Processing - NLP cioè riconoscimento del linguaggio naturale e risposta automatizzata. Fanno parte di questi sistemi i chatbot, ad esempio, che consentono di registrare le necessità delle persone, analizzare grandi quantità di documenti e fornire risposte rapidamente. Solitamente questo touchpoint, per sua natura, è povero di contenuti. Il compito di un bravo instructional designer e content creator è quello di creare una serie di contenuti utili che vadano a popolare questo touchpoint.
Inoltre, è necessario creare una guida a queste risorse e un modo per creare percorsi semi-automatizzati per l'accesso a tutte le risorse disponibili.

Strutturare la formazione attraverso un sistema di touchpoint consente, all'interno di un'organizzazione o attraverso l'offerta di prodotti e servizi di formazione per clienti, di valutare il bilanciamento delle risorse.

Potresti voler optare per un uso ancora massivo di formazione con touchpoint formale per la tua offerta all'interno di un'organizzazione o per un cliente ma, in modo sperimentale, orientare i tuoi learner verso soluzioni che impiegano strumenti e risorse con touchpoint sociali immediati per modificare l'asset nel tempo.

Il **touchpoint immediato** prevede, spesso, il coinvolgimento di risorse IT che consentiranno la creazione di sistemi

informatizzati. Grazie a questi sistemi è possibile sviluppare piattaforme con servizi che ruoteranno intorno alle persone e sapranno rispondere alle loro esigenze in modo pratico e veloce.

Il tipo di approccio da avere, in qualunque tipo di caso, è la sperimentazione. Avviare un percorso di formazione significa, necessariamente, interfacciarsi con le esigenze dell'audience e, talvolta, condizionarle per creare un miglioramento all'interno della cultura aziendale.

L'utilizzo dei touchpoint consente di bilanciare il percorso di formazione e di analizzare, volta per volta, l'andamento dell'intera offerta formativa in relazione all'engagement dei learner moderni.

Quale sarà il tuo prossimo passo verso il miglioramento delle interazioni con i tuoi learner?