ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Anno 10 - numero 389 di Mercoledì 22 luglio 2026

Come la leadership influenza il completamento dei corsi e-learning

Il coinvolgimento dei dipendenti nella formazione non dipende solo dalla qualità dei corsi. Scopri come la leadership può incidere sul completamento dei percorsi e-learning e sulla diffusione di una cultura dell'apprendimento.

Ogni organizzazione desidera che i propri dipendenti partecipino attivamente ai percorsi formativi, completino i corsi assegnati e mettano in pratica le competenze acquisite. Quando questo non accade, però, l'attenzione si concentra quasi sempre sui contenuti: il corso è troppo lungo, poco coinvolgente, difficile da seguire o non abbastanza interattivo.

Sebbene questi aspetti abbiano la loro importanza, rappresentano solo una parte del problema. Il livello di partecipazione alla formazione dipende infatti anche da un altro fattore, spesso meno evidente ma decisivo: la **leadership**. Il modo in cui manager e responsabili parlano della formazione, la considerano nelle priorità del team e la integrano nelle attività quotidiane può influenzare profondamente il coinvolgimento delle persone e, di conseguenza, il completamento dei corsi e-learning.

La leadership definisce le priorità del team

In ogni gruppo di lavoro esistono priorità esplicite, come obiettivi, scadenze e procedure, ma anche priorità implicite, che emergono dai **comportamenti di chi guida il team**.

Un manager potrebbe comunicare che la formazione è importante, ma se ogni richiesta di tempo per seguire un corso viene rimandata a causa di attività considerate più urgenti, il messaggio che arriva ai collaboratori è un altro: imparare può aspettare.

Al contrario, quando un responsabile inserisce la formazione nella pianificazione delle attività, protegge il tempo dedicato all'apprendimento e considera lo sviluppo delle competenze parte integrante del lavoro, contribuisce a rendere la formazione una priorità concreta e non solo dichiarata.

Le persone tendono infatti ad allinearsi ai comportamenti osservati più che ai messaggi ricevuti.

L'esempio vale più di qualsiasi comunicazione

Molte aziende investono tempo nella realizzazione di campagne interne per promuovere la formazione: e-mail, newsletter, notifiche automatiche e promemoria attraverso la piattaforma LMS.

Sono strumenti utili, ma spesso non bastano.

Le persone attribuiscono maggiore credibilità ai **comportamenti di chi ricopre ruoli di responsabilità**. Se un manager dedica tempo al proprio aggiornamento professionale, partecipa ai percorsi formativi e condivide ciò che ha imparato, trasmette un messaggio molto più efficace di qualsiasi comunicazione istituzionale.

L'apprendimento smette così di essere percepito come un'attività destinata esclusivamente ai dipendenti e diventa un'abitudine condivisa a tutti i livelli dell'organizzazione.

Parlare della formazione cambia il modo in cui viene percepita

La leadership influenza la partecipazione ai corsi anche attraverso le **conversazioni quotidiane**.

Un responsabile che, durante una riunione, chiede ai collaboratori quali spunti abbiano trovato utili in un corso o come intendano applicare una determinata competenza dimostra che la formazione non rappresenta un semplice adempimento amministrativo.

Allo stesso modo, valorizzare chi mette in pratica quanto appreso o favorire momenti di confronto tra colleghi contribuisce a dare continuità al percorso formativo.

In questo modo il corso non termina con l'ultimo modulo o con il superamento del test finale, ma continua attraverso il dialogo e la condivisione delle esperienze.

Il completamento dei corsi è anche una questione di responsabilizzazione

Quando i tassi di completamento sono bassi, la soluzione più immediata sembra essere quella di aumentare i solleciti o intensificare i controlli.

Tuttavia, un approccio basato esclusivamente sul monitoraggio rischia di trasformare la formazione in un obbligo da soddisfare nel minor tempo possibile.

Una leadership efficace punta invece sulla **responsabilizzazione delle persone**.

Questo significa aiutare i collaboratori a comprendere perché un determinato percorso sia importante, quale valore possa portare al loro lavoro e in che modo contribuisca alla crescita professionale.

Quando il significato della formazione è chiaro, il completamento del corso diventa una conseguenza naturale e non un obiettivo imposto dall'alto.

Creare tempo per imparare è una scelta manageriale

Una delle motivazioni più frequenti per cui un corso e-learning rimane incompleto è la mancanza di tempo.

In realtà, il tempo dedicato alla formazione dipende spesso dalle scelte organizzative.

Se ogni momento previsto per l'apprendimento viene occupato da nuove urgenze, riunioni improvvise o richieste operative, i dipendenti saranno naturalmente portati a dare priorità alle attività che percepiscono come più importanti.

Per questo motivo i manager hanno un ruolo fondamentale nel **creare le condizioni necessarie affinché la formazione trovi spazio nella giornata lavorativa**.

Pianificare momenti dedicati all'apprendimento, evitare continue interruzioni e riconoscere il tempo investito nello sviluppo delle competenze significa trasmettere un messaggio chiaro: imparare fa parte del lavoro, non è un'attività da svolgere solo quando resta tempo libero.

Una cultura dell'apprendimento nasce dalle azioni quotidiane

La cultura aziendale non si costruisce attraverso slogan o documenti programmatici, ma attraverso le scelte che vengono compiute ogni giorno.

Se chi guida un team incoraggia la curiosità, favorisce lo scambio di conoscenze e considera l'apprendimento un elemento indispensabile per affrontare il cambiamento, le persone saranno più propense a partecipare ai percorsi formativi.

Al contrario, in contesti dove la formazione viene percepita come un obbligo amministrativo o un'attività secondaria, anche i corsi più innovativi rischiano di suscitare scarso interesse.

La leadership, quindi, non influenza soltanto il numero di corsi completati, ma contribuisce a **definire il rapporto che le persone instaurano con l'apprendimento** durante tutta la loro esperienza professionale.

Il successo non si misura solo con una percentuale

I **report delle piattaforme LMS** permettono di conoscere con precisione quanti utenti abbiano completato un corso, quanto tempo abbiano impiegato e quali risultati abbiano ottenuto nei test.

Questi dati sono certamente importanti, ma raccontano solo una parte della storia.

Un elevato tasso di completamento non garantisce, da solo, che la formazione abbia avuto un impatto reale. Allo stesso modo, un tasso più basso non significa necessariamente che il corso sia di scarsa qualità.

Per interpretare correttamente questi indicatori è necessario considerarli insieme al contesto organizzativo e al ruolo della leadership nel promuovere l'apprendimento.

In molti casi, infatti, i dati della piattaforma descrivono non solo l'efficacia del percorso formativo, ma anche il **modo in cui l'organizzazione valorizza lo sviluppo delle competenze**.

Quando un corso e-learning registra un numero elevato di abbandoni, è naturale interrogarsi sulla qualità dei contenuti, sull'esperienza utente o sulla piattaforma utilizzata. Tuttavia, limitarsi a questi aspetti rischia di offrire una visione incompleta del problema.

Prima di riprogettare il corso, vale la pena osservare il contesto in cui viene proposto. I dipendenti percepiscono la formazione come una priorità? I manager ne parlano, la sostengono e creano il tempo necessario per seguirla? Le competenze acquisite trovano spazio nelle attività quotidiane del team?

La risposta a queste domande può fare la differenza.

Perché il completamento di un corso e-learning non dipende soltanto da ciò che accade all'interno della piattaforma, ma anche da ciò che accade ogni giorno all'interno dell'organizzazione. Ed è proprio qui che la leadership può trasformare la formazione da semplice attività da completare a reale **opportunità di crescita per le persone e per l'azienda**.