ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 5 - number 182 Wednesday 24 november 2021

# Come tenere alta la motivazione nei corsi online

***Consigli per coinvolgere i dipendenti nella formazione online puntando su tempo, competenze, contenuti e finalità.***

Quando in azienda viene proposto un nuovo corso di formazione non tutti i dipendenti fanno i salti di gioia, ma può anche succedere che il personale più entusiasta all'inizio del corso finisca per perdere la motivazione.

Da qui parte un effetto a catena di mancanza di costanza, impegno e coinvolgimento. Tutto questo si traduce in **corsi di formazione poco efficaci** che confermano le negative aspettative di partenza di alcuni dipendenti.

Come riuscire a invogliare i lavoratori dubbiosi a seguire un corso online e come continuare a convincerli modulo dopo modulo della validità del corso? Non basta creare i migliori e interattivi corsi eLearning se non si tiene in considerazione uno degli aspetti più importanti dell'apprendimento: la **motivazione**.

La soluzione che proponiamo è quella di analizzare le cause che frenano la motivazione in ogni fase di un progetto eLearning, dall'analisi dei bisogni alle verifiche della conoscenza, tenendo in considerazioni alcuni aspetti fondamentali: **tempo, competenze, contenuti e finalità di un corso**.

## Perché manca la motivazione? Il fattore tempo

Uno dei motivi principali che frena l'entusiasmo dei dipendenti verso un nuovo corso di formazione aziendale è il **fattore tempo**:

- **i corsi tolgono tempo al lavoro** e poi ci si ritrova a correre o fare delle ore extra per poter terminare le proprie mansioni;
- **i corsi occupano il tempo libero** e limitano le ore trascorse in famiglia se per motivi lavorativi si è costretti a seguirli nel weekend o la sera, dopo il lavoro.

Per evitare che il fattore tempo freni o faccia perdere la motivazione ai dipendenti è importante che il corso lasci tutta la **flessibilità** di poter accedere alla formazione da qualunque dispositivo o aula, al momento più opportuno. Pillole di formazione fornite tramite il **microlearning** potrebbero essere la soluzione giusta per apprendere al momento del bisogno.

## Le competenze dei dipendenti e la perdita di motivazione

Proviamo a pensare per un momento ai **corsi di lingua**: per quanto siano entusiasmanti e innovativi, se il livello assegnato allo studente è troppo alto o troppo basso è praticamente scontato che non verrà terminato. Per evitare tassi di abbandono allarmanti in un corso eLearning è bene testare le competenze di partenza dei dipendenti prima che inizi il corso, in modo da poter assegnare a ciascuno quello più adatto. Nelle aziende più grandi, con più personale, la cosa migliore da fare è dare la possibilità agli studenti di personalizzare il proprio **piano formativo** scegliendo i moduli di interesse e anche in questo caso, prevedere dei quiz che aiutino a capire se è il caso di ripetere il modulo o procedere a quello successivo.

## Mancanza di motivazione per via dei contenuti di un corso online

I contenuti, incluso il formato in cui vengono presentati (video, **podcast**, simulazione), sono il fulcro di un corso di formazione. Se non sono rilevanti e non rispecchiano le aspettative dei corsisti possono decretare l'insuccesso totale di un corso di formazione. Oltre a fare un' **analisi dei bisogni** con cui capire qual è il **divario delle competenze** per un determinato lavoro, è anche utile coinvolgere i dipendenti nella creazione dei contenuti. Condividere le proprie competenze ed esperienze a turno, canalizzandoli in contenuti generati dagli utenti è un ottimo modo per mantenere alta la motivazione.

# Motivazione in un corso online: finalità e premi

Nella **gamification**, l'applicazione di elementi di gioco all'apprendimento, le sfide con i colleghi, le classifiche e il premio hanno lo scopo di aumentare il coinvolgimento degli studenti e, di conseguenza, la loro motivazione. In un corso di formazione aziendale, la spinta deve assumere anche connotati più personali e concreti, non limitandosi al gioco in se stesso. In pratica, il formatore dovrebbe dare una risposta alla domanda più importante: "Perché dovrei seguire questo corso?".

Un avanzamento di carriera è uno dei motivi trainanti. Attenzione, però, a proporre un miglioramento non troppo distante nel tempo. Seguire un certo corso di formazione aiuta a prepararsi a gestire un evento che si terrà nell'arco di qualche mese e dove saranno scelti dei responsabili per una certa funzione è sicuramente più stimolante di una vaga promessa di promozione. Fare la **formazione sui nuovi prodotti**, aiuta a raggiungere l'obiettivo di vendita entro Natale e avere un premio da usare per i regali natalizi, è un altro esempio.

Infine, è utile incorporare il **feedback** dei corsisti attuali e passati in ogni corso sia per migliorare l'offerta formativa in base alle indicazioni ricevute, sia per mostrare agli studenti stessi il punto di vista dei propri colleghi.