ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 6 - number 203 Wednesday 18 may 2022

Costruire percorsi di formazione su misura

In questo articolo parliamo di come si creano percorsi apprendimento incentrati su specifici target di persone. Ecco alcuni consigli.

Quando si parla di formazione digitale, diventa inevitabile strutturare il percorso di apprendimento sulla base di uno specifico target di persone che ne fruiranno.

A partire da Marzo del 2020 si è definito, con assoluta certezza, un fenomeno di accettazione dell'utilizzo del digitale come strumento per l'apprendimento: le persone di tutto il mondo hanno dedicato più tempo alla formazione, le scuole hanno introdotto metodi di didattica a distanza e, soprattutto, nei primi periodi fioccavano webinar e corsi di aggiornamento di ogni tipo.

L'occasione di ampliare i propri orizzonti culturali ci ha dato, chiaramente, una spinta e uno stimolo a realizzare nuove proposte di formazione digitale che potessero adattarsi ad un mercato fortemente segmentato.

Per questo motivo, non è più possibile oggi ipotizzare di creare percorsi formativi destinati a grandi platee ma, sempre più spesso, andiamo alla ricerca di soluzioni che ci permetteranno di raggiungere le specifiche esigenze di una determinata nicchia o categoria di persone.

Un bravo **instructional designer** è capace di identificare perfettamente il **target di riferimento** e, ancora meglio, conosce i prodotti multimediali che serviranno a intercettare l'esigenza di quei particolari discenti.

Nella **progettazione di corsi in modalità eLearning** bisognerebbe, pertanto, strutturare l'intera offerta sulla base delle competenze di base di un particolare gruppo di persone e, soprattutto, sulle necessità specifiche di quel gruppo.

Se, ad esempio, stiamo realizzando un prodotto eLearning per un gruppo di manutenzione delle linee telefoniche per un'importante multinazionale dovremo andare a **comprendere le esigenze specifiche** di quel gruppo di persone e non essere troppo generici.

Di che tipo di contenuto necessiteranno quegli operatori? Il contenuto dovrà essere accessibile in versione mobile quando l'operatore è sul campo? Quali sono gli elementi tutorial sui quali dovremo strutturare dei video per aiutare quella persona?

Queste e tante altre domande saranno necessarie a modellare i corsi in modalità eLearning per una particolare categoria di discenti.

Questa operazione è particolarmente importante (e impegnativa), soprattutto perché, nell'epoca del digitale, le persone sono circondate dalle informazioni e possono recuperare strumenti didattici su numerose piattaforme.

Così, lo stesso operatore di linee telefoniche potrà utilizzare un motore di ricerca per trovare un video utile per un'operazione di manutenzione, visitare un forum di settore con le informazioni utili o, in alcuni casi, chiedere direttamente a un collega con un servizio di messaggistica oltre che trovare un post su un blog dedicato a quello specifico argomento.

Perché, quindi, non strutturare un **percorso non lineare** dove il discente è **al centro dell'esperienza**?

Si tratta di creare una suite di strumenti, una sorta di tool box, che riesca a rispondere alle esigenze di quella determinata fascia di persone che hanno bisogno di apprendere ma che, soprattutto, hanno bisogno di una determinata informazione in uno specifico momento.

È forse questa la differenza fondamentale che segna la nostra società della conoscenza: l'informazione è disponibile ed accessibile sempre, in ogni momento lo vogliamo e, per questo motivo, dobbiamo immaginare nuovamente anche i percorsi di

formazione.

Identificare i "learner personas"

Nella creazione di percorsi di formazione dovremo andare quindi a identificare

- Necessità del discente
- Momento della carriera del discente
- Azioni da compiere

al fine di programmare il miglior percorso per il nostro **target di riferimento**.

Secondo il **modello OK-LCD**, ovvero il Learning Cluster Design di ipotizzato da Crystal Kadakia e Lisa Owens (Il design della formazione - il nuovo paradigma digitale, FrancoAngeli 2022), l'***azione learn*** è il modo in cui è possibile soddisfare nel modo più semplice i discenti moderni.

Come ti anticipavo, il moderno discente ha la necessità di **imparare rapidamente** e può avere accesso ad una gran varietà di learning object. Inoltre, parliamo di una particolare categoria di persone, spesso appartenenti a Millennial e Gen Z, che sono abituate ad utilizzare strumenti totalmente innovativi per la formazione come social e micro-learning.

Pensa, ad esempio, al successo avuto da TikTok negli ultimi anni proprio in ambito micro-learning e che tipo di approccio puoi avere per la formazione di una generazione abituata a consumare moltissimi contenuti ogni giorno.

Ancora una volta, non si tratta soltanto di ipotizzare percorsi di **storytelling transmediale**, ma di guidare le persone verso il giusto percorso di apprendimento.

Attraverso il modello OK-LCD è quindi necessario andare a conoscere i discenti e il loro contesto e identificare il loro bisogno effettivo. Quello che dovrai fare è quindi analizzare i dati di un particolare contesto, verificandone età e background formativo.

A questo punto sarà così necessario creare dei **modelli specifici** che utilizzeremo come target della nostra azione di formazione: i learner personas.

Lavorare per una start-up nel ramo del marketing mi ha portato, negli anni, a progettare le "personas" ovvero un modello di cliente ideale che, attraverso dati demografici o caratteriali, aiuta me e i miei collaboratori a costruire il prodotto intorno al nostro potenziale pubblico.

In poche parole: mettere al centro le persone, non i prodotti.

Creare **learner personas** significa perciò, tendenzialmente, creare storie. Si tratta però di realizzare la descrizione di un particolare modello di studente di corsi in modalità eLearning che considererà gli atteggiamenti, i comportamenti e la vita quotidiana oltre che tutti quegli aspetti che potrebbero influenzarne il comportamento in fase di apprendimento.

Quale sarà l'azione da impostare al fine di modellare un percorso di apprendimento per quella specifica persona? Quali saranno i contenuti e, se già esistenti, come dovranno essere modificati per far breccia sul nostro modello ideale di discente?

Quando realizziamo corsi in modalità eLearning dobbiamo necessariamente chiederci chi saranno i nostri ascoltatori.

Per prima cosa prova a mettere su carta ciò che già conosci del tuo pubblico e che, quindi, ti viene messo a disposizione dai tuoi clienti. Immaginiamo che un nostro cliente ci abbia chiesto di lavorare a un progetto sulla sicurezza informatica per i dipendenti aziendali appena messi a contratto.

Potrai quindi creare un paragrafo di questo tipo:

Mario Rossi è un neo-laureato di 26 anni in discipline umanistiche con un po' di esperienza professionale fatta in contesti di tirocinio e master di alta formazione. Ha necessità di entrare nell'ambiente lavorativo rapidamente per iniziare a svolgere le prime task in modo efficiente. Per questo motivo ha necessità di conoscere normative e buone pratiche per la sicurezza

informatica. Solitamente cerca sul portale aziendale le informazioni in modo casuale, all'occorrenza.

Questa prima, sintetica descrizione, è utile a gettare le basi per un approfondimento sul tipo di *learner persona* intorno al quale dovremo costruire il corso.

Quali sono le informazioni che ci mancano? Quali i dati che possiamo recuperare dall'LMS aziendale?

Un buon punto di partenza potrebbe essere quello di intervistare alcune persone per capire quali sono i loro learning object preferiti, su quali piattaforme preferiscono studiare ecc.

Altri dati fondamentali possono essere recuperati dalla piattaforma, dove altri dipendenti hanno già sostenuto corsi e certificazioni interne. Da questi dati possiamo capire il tasso di completamento, cosa è stato approfondito e che tipologia di interventi potremo fare per migliorare i contenuti esistenti.

L'analisi dei dati raccolti ti consentirà di iniziare a lavorare su quella che sarà il design definitivo della tua (o delle tue) learner persona.

In questa fase dovrai continuare a confrontarti con i discenti appartenenti al gruppo aziendale, discutere con il responsabile delle risorse umane dell'azienda la possibilità di aver centrato il tema centrale che riguarda il vuoto da colmare con le giuste skill e con il percorso adatto per corsi in modalità eLearning.

Obiettivo principale sarà, in definitiva, quello di raggiungere i learner nel **momento in cui hanno bisogno di apprendere**.

Per questo motivo non avrai necessità di fermarti all'identificazione di target demografici, di studiare numeri vuoti ma vorrai (e dovrai) adattare questi dati e questi studi a una soluzione utile, efficace e che, soprattutto, sarà fortemente apprezzata dal bacino di utenti dei tuoi corsi in modalità eLearning.

Uno degli obiettivi che potrai porti è quello di utilizzare i tuoi corsi in modalità eLearning come leva per generare idee all'interno del gruppo di discenti. Attraverso quelle idee, avrai la possibilità di allargare i confini del corso, dalla formazione alla cultura aziendale della tua impresa o dei tuoi clienti.

D'altronde la progettazione di esperienze formative dovrebbe proprio porsi questo obiettivo: generare *valore* intorno alle persone e, non esclusivamente, intorno al prodotto.

Quale sarà il valore che genererai intorno ai tuoi learner?