ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 3 - number 68 Wednesday 15 may 2019

I risultati del Report Linkedin sulla formazione aziendale 2019

Una ricerca di Linkedin evidenzia la centralità della formazione nel mondo del lavoro odierno.

Linkedin ha condotto un sondaggio su un campione mondiale di **1.200 sviluppatori di talenti** (manager della formazione o del mondo HR) e di **2.100 professionisti** coinvolti nella formazione aziendale e ha integrato i dati raccolti con quelli già a disposizione del social network.

Il report di Linkedin " ***2019 Workplace Learning Report***" esamina i trend del settore formazione, scindendo quattro aree di interesse:

1. Stato dell'arte del settore formazione e sviluppo: il punto di svolta
2. L'era della digital transformation: comprendere gli skills gaps
3. Il marketing incontra la formazione: pensare come un marketer
4. Conosci i tuoi studenti: rafforzare l'engagement

Risultati chiave

1. Stato dell'arte del settore formazione e sviluppo: il punto di svolta

I risultati del sondaggio indicano che si è raggiunto un punto di svolta nel settore Learning and Devolpment (L&D). I budget disponibili per la formazione sono in crescita dal 2017, così come la sensibilità dei dirigenti aziendali sul tema formazione dei dipendenti.
Il budget è sempre più allocato sui corsi online rispetto alla formazione d'aula tradizionale.

2. L'era della digital transformation: comprendere gli skills gaps

Si cerca sempre di più di crescere i propri talenti in casa e la trasformazione digitale ha contribuito a rendere questa tendenza facilmente attuabile.
Quest'anno, l'obiettivo numero uno degli sviluppatori di talenti è identificare, valutare e colmare le lacune nelle competenze dei dipendenti.

3. Il marketing incontra la formazione: pensare come un marketer

Come promuovere e comunicare l'importanza della formazione in azienda? I professionisti del settore L&D e i corsisti intervistati pensano che l'email marketing sia un mezzo efficace per farlo. Al contrario, i messaggi sull'apprendimento che arrivano direttamente dai manager non "toccano" ancora la maggior parte degli studenti aziendali, ma mostrano di avere potenziale.

4.Conosci i tuoi studenti: rafforzare l'engagement

Oggi è fondamentale conoscere il potenziale, i bisogni e le preferenze di tutti gli studenti.
Cosa aumenta l'engagement (coinvolgimento) e l'impegno dei nuovi lavoratori (soprattutto Millennials e Generazione Z)? Il coinvolgimento sociale, il mobile learning, il microlearning ...

Vai alla sezione risorse gratuite ...