

**ВОВЛЕЧЬ
НЕЛЬЗЯ
СДАТЬСЯ:**

15

**ПРАКТИЧЕСКИХ
ИНСТРУМЕНТОВ
ВОВЛЕЧЕНИЯ
ДЛЯ ДЛИТЕЛЬНЫХ
ОБУЧАЮЩИХ
ПРОГРАММ**



Представьте себе финал спортивного марафона: уставший, взмокший спортсмен доходит до финиша. Он отдал все, и у него нет сил больше ни на что...

Это определенно не та картинка, которую мы хотим создать при проведении длительной программы обучения. Мы ждем наполненных участников, вдохновленных новым опытом.

И вот он, краеугольный вопрос: как это обеспечить? Как создать развивающую длительную программу обучения, которая не изнемогает, а заряжает? Как удерживать внимание участников на высоком уровне на протяжении всей программы? Как обеспечить высокий процент доходимости до финиша?

Наш опыт проведения подобных программ позволил собрать несколько работающих решений.

ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

1 Гибкий подход к формату участия (частичное участие/полное участие)

Позвольте участникам самим определять уровень нагрузки, который сейчас им посилен. Обозначьте результаты, которые можно достигнуть на том или ином уровне участия, и дайте выбор сотрудникам.

2 Удобная единая онлайн-платформа, с помощью которой участник получает информацию

Чем проще и удобнее организованы общение, обмен контентом, расположение учебных модулей в программе, тем меньше сопротивления будет вызывать программа обучения в целом.

3 Позиционирование программы – лучшее для лучших

Если обучение – это награда, а участие в нем – это привилегия, то сам статус участника уже мотивирует быть в рядах избранных. Для этого усильте пиар-кампанию, организуйте отбор, привлечите для информирования о программе руководителей и лидеров мнений.



ПРИ ДИЗАЙНЕ ПРОГРАММЫ

- 4** **Равномерное распределение контента**
Дозируйте информацию, которую даете участникам; используйте микроформаты, которые удобно осваивать за один присест; наращивайте уровень сложности контента, чтобы участники не утонули в материале.
- 5** **Сочетание разных форматов подачи контента (SCORM-курсы, видео, сторителлинг, подкасты и прочее)**
Чтобы поддерживать интерес, используйте разные каналы донесения информации. Сегодня видеокейс, а завтра подкаст на тему — так вы избежите пресыщения от самого формата.
- 6** **Командное взаимодействие**
Работа в команде — мощный мотивационный ресурс. Это может быть совместный поиск решения задач и кейсов или групповая проектная деятельность. Мы часто видим эту закономерность: не подвести команду зачастую намного важнее, чем нести ответственность только за свой результат.
- 7** **Соревновательный формат: личный и/или командный зачет**
Здоровая конкуренция во многих случаях может зародить азарт у участников и поддержать интерес к программе.
- 8** **Участие топ-менеджмента**
(например участие в подготовке кейсов, присутствие на начальной сессии для постановки задачи и в завершении для оценки результата)
Внимание к программе высшего руководства — это всегда знак качества в глазах участников. Возможность взаимодействовать, соприкоснуться с обычно недостигаемыми лидерами организации — один из лучших мотиваторов, который мы знаем.
- 9** **Яркое начало и завершение программы (подведение результатов, награждение)**
Сделайте программу ярким моментом в жизни участников — не просто обучением, а настоящим событием.



В ПРОЦЕССЕ ПРОГРАММЫ

10 Тьютор: мотивация и забота

Тьютор – это персональный помощник, который сопровождает работу участников. Роль тьютора настраивается под задачу: это может быть простое сопровождение, ответы на организационные вопросы и напоминания о дедлайнах или же ответы на содержательные вопросы, предоставление обратной связи и экспертное курирование. Но в любом случае, тьютор – это глаза и уши вашей программы. Проводите митапы с командой тьюторов, чтобы лучше понимать, как идет процесс.

11 User-generated content

Закладывайте в программу не только фиксированные информационные модули, но и задействуйте в создании контента саму группу. Все, что создано самими участниками в процессе, как правило, запоминается и ценится ими намного выше.

12 Пульс-опросы, замеры «температуры» аудитории

Держите руку на пульсе, узнавайте состояние, актуальные потребности ваших участников, чтобы корректировать и адаптировать программу под их запросы.

13 Short-distance конкурсы (конкурсы/розыгрыши подарков точно внутри программы)

Завершайте разбор темы конкурсом с розыгрышем небольшого приятного подарка. Так вы, с одной стороны, сможете получить срез знаний, а с другой – сделать это не в скучном академическом формате.

14 P2P-learning (практики взаимного/кросс-обучения)

Не только эксперт или тьютор может выступать носителем знаний, но и сами участники группы могут помогать друг другу и делиться своим опытом и экспертизой. Такой формат всегда вызывает оживление и поднимает динамику работы.

ПОСЛЕ ПРОГРАММЫ

15 Аудит результатов программы

Узнайте впечатления и эффективность от вашей программы уже после нее, на холодную голову. Запустите опрос, проведите интервью или фокус-группу – исследуйте мнения участников, что из инструментов сработало хорошо, а что прошло мимо. Так вы сможете собрать именно тот арсенал инструментов, которые работают в