

ECO

TA

BLA

Metodologia de

Resultado

A Educação Corporativa será cada vez mais influenciada pela tecnologia digital. Nos dias de hoje, não se questiona mais se a empresa deve investir em uma arquitetura de aprendizagem online para suportar suas estratégias e sim como fazer isso. Por um lado, as formas tradicionais de treinamento perderam aderência em um ritmo acelerado, levando colaboradores a considerar essa experiência de aprender ultrapassada e desinteressante. Por outro, nunca a necessidade de acessar conteúdos de forma fluente e imediata foi tão intensa.

Na Educação Corporativa, a adaptação a essa rápida evolução tecnológica tem provocado um gap entre o que se oferece nas organizações e o que os profissionais precisam. Ainda vemos projetos que não conseguem aproveitar todas as oportunidades que o mundo digital pode proporcionar em termos de capacitação. Essa é uma grande razão pela qual defendemos a importância de se apoiar em uma metodologia séria para pensar as estratégias.

Por meio da nossa experiência com diversos casos de sucesso implantados no mercado, desenvolvemos nossa própria metodologia Ecotabla.

ECO

Você verá como combinamos os ingredientes essenciais para estratégias de Educação Corporativa serem fundamentadas no negócio dos nossos clientes e suficientemente eficientes para atingirem os resultados esperados, começando pela determinação dos **Princípios de Educação Corporativa (ECO)**.

TA

Outro ponto indispensável para a abordagem online é colocar o usuário da tecnologia, o profissional-aprendiz, no centro de tudo. A formação de qualidade requer personalização. O papel de T&D deve ser o de facilitador, envolvendo os usuários a partir de seus interesses, agrupando informações relevantes para suas carreiras, de acordo com estilos, preferências, necessidades, comportamentos e motivações de cada grupo de colaboradores. Por isso, conhecer profunda e verdadeiramente o **Perfil do Público-Alvo (TA)** é condição básica. Você pode arquitetar a solução que quiser, se ela não responder ao que as pessoas buscam e precisam, não vai adiantar nada. Quem busca o acesso é o indivíduo, então ele é peça fundamental para a construção de arquiteturas de aprendizagem aderentes.

BLA

Desenhar uma arquitetura de aprendizagem online não se restringe ao “uso pelo uso” da tecnologia. Insistimos sempre em ampliar a forma de pensar o uso da tecnologia, colocando-a a serviço da Educação Corporativa. Vale começar se questionando, por exemplo: De que forma a tecnologia pode afetar o processo geral de aprendizagem na minha organização? Até que ponto as soluções digitais são oportunas ao meu objetivo estratégico, meu público, meu contexto? Como promover uma integração adequada dos novos recursos online às necessidades profissionais dos indivíduos? Nessa linha, inúmeras ferramentas sofisticadas (e acessíveis!) de tecnologia existem e continuarão sendo criadas. A questão é saber compor o **Blend Adequado (BLA)** de formatos e mídias que propiciem verdadeiramente a experiência de aprendizagem.

Veja como todas essas questões se combinam em uma metodologia única capaz de nortear o desenho de estratégias de Educação Corporativa e arquiteturas de aprendizagem.

- Objetivos do negócio
- Desafios da empresa
- Indicadores e evidências de que o aprendizado foi incorporado à prática

Estabelecer os princípios de uma estratégia de Educação Corporativa (ECO) é criar o alicerce para toda a construção que venha a seguir. Ao iniciar um projeto, é preciso ter em mente os **objetivos do negócio, isto é, que resultados a empresa espera alcançar para sua estratégia**. Relacionado ao objetivo do negócio está o desafio que a empresa enfrenta. Em outras palavras, **o desafio é o que acontece no contexto do negócio que impede de atingir o objetivo**.

Por fim, é preciso definir quais **evidências ou indicadores** serão capazes de comprovar que a mudança aconteceu na prática. É fundamental que a mensuração do resultado do treinamento seja definida desde o início para viabilizar métodos de avaliação consistentes em todos os níveis: reação, aprendizagem, comportamento e resultados.

Em resumo, os princípios de Educação Corporativa (ECO) consistem em saber que resultados de negócio a empresa precisa melhorar ou viabilizar, o que está impedindo de atingir suas metas e por meio de quais indicadores será possível medir o impacto do treinamento no negócio.

Escala de níveis de avaliação de Kirkpatrick

Nível 1 – Reação:

avalia as impressões e a satisfação dos profissionais em relação ao treinamento realizado.

Nível 2 – Aprendizagem:

avalia o conhecimento adquirido após o treinamento, isto é, aquilo que os profissionais sabem a mais em relação ao que sabiam antes.

Nível 3 – Mudança de comportamento:

avalia o que está diferente no comportamento dos profissionais após a realização do treinamento.

Nível 4 – Resultado:

avalia o impacto gerado na organização após o treinamento.

Com ECO

Mapeamento do contexto para direcionar a estratégia de Educação Corporativa a serviço do negócio.



Tripla Análise do público-alvo

TA

- Perfil do profissional-aprendiz
- Contexto
- Natureza do conteúdo

Dimensão do profissional-aprendiz

Conhecer o **perfil do público-alvo (TA)** significa mapear em detalhes todo tipo de informação sobre os participantes que seja relevante para a aplicação da estratégia na prática. Primeiramente, é fundamental **fazer questionamentos a respeito de quem é o profissional** que participará do treinamento, indo além das perguntas básicas de idade, gênero, formação acadêmica e fluência digital. É necessário investigar **o que ele precisa começar a fazer que não fazia antes do treinamento**, o tamanho do gap entre o estado atual e o estado desejado de performance, o que motivaria ele à mudança, como ele prefere aprender, o que ele valoriza etc.

Em segundo lugar, após traçar mais detalhadamente o perfil do público-alvo, é preciso entender **qual é o contexto em que ele está inserido**, como por exemplo, quanto tempo o profissional dispõe para realizar o treinamento, quais ferramentas ele tem em mãos (notebook, computador de mesa, tablet, smartphone), sob quais condições ele acessará os conteúdos online (conexão wifi, 3G, a cabo), em qual ambiente ele atua (canteiro de obras, escritório, home office, em deslocamento entre visitas externas etc).

Para fechar a tripla análise do público-alvo, deve ser determinada a **natureza do conteúdo do treinamento**, avaliando se é o caso de trabalhar crença, comportamento, habilidade ou atitude junto ao profissional. Essa calibragem é necessária para definir quais são os objetivos de aprendizagem, aquilo que os profissionais deverão estar aptos a fazer após o treinamento. A dimensão do profissional-aprendiz (TA) é de extrema importância para o desenho da estratégia correta de abordagem que dialogue verdadeiramente com o público-alvo, uma vez que ele é o grande protagonista e tudo deve ser pensado para apoiá-lo em seu desenvolvimento.

Com TA

O profissional está no centro da arquitetura de aprendizagem.



Blend
Adequado**BLA**

- Metodologias
- Formatos
- Mídias

Dimensão dos catalisadores

Entende-se por catalisador aquilo que estimula mudanças e acelera processos. No contexto de Educação Corporativa **chamamos de catalisadores os recursos capazes de propiciar o desenvolvimento dos profissionais em um espaço de tempo menor do que a curva natural de aprendizagem** que eles percorreriam para alcançar os mesmos resultados. Após compreender as estratégias e objetivos da empresa e o perfil do público-alvo que participará do treinamento, parte-se para o desenho propriamente dito da solução, escolhendo o **blend adequado** de metodologias, formatos e mídias para promover a melhor experiência de aprendizagem.

Para que o desenho da solução seja bem pensado, é necessário entender as diferenças conceituais de cada parte do blend adequado. Entende-se por **metodologia** a abordagem educacional de um conteúdo, como storytelling, gamificação, realidade virtual, realidade aumentada, case based learning, mapa de aprendizagem, whiteboarding, entre outras. **Mídias** são os suportes de difusão do conteúdo, seja ele educativo ou informativo. Exemplos de mídia são game, curso online, vídeo learning, vídeo interativo, e-book, podcast e infográfico. Já as **ferramentas** são instrumentos de tecnologia aplicados à educação, como fórum e chat. Por fim, **formatos** são as formas de se oferecer um conteúdo. Exemplos de formatos são one page learning, quizz, tabuleiro virtual, simuladores e atividades colaborativas.

Após a aplicação do treinamento, é necessário fechar o ciclo retornando à face dos objetivos (ECO) para validar a mudança a partir dos indicadores e evidências definidos no início.

Com BLA

O blend adequado é escolhido para garantir a melhor experiência de aprendizagem para cada natureza de conteúdo.



A metodologia **na prática**

Exemplo 1



ECO

O departamento de compliance de uma instituição financeira precisava diminuir o número de ocorrências por erros de abertura de conta corrente (**objetivo do negócio**). Isso acontecia devido à falta de verificação dos documentos apresentados pelos clientes (**desafio**) nas agências. No contexto do negócio, esse desvio representava um trabalho dobrado para as agências e para a área de compliance, pois a documentação para abertura da conta era enviada várias vezes. Para **medir o impacto** da mudança na prática, a instituição estabeleceu como evidência o número de ocorrências de documentos errados identificados antes e depois do treinamento realizado.

Exemplo 2



TA

Uma corretora de seguros desejava aumentar as vendas de seu seguro de vida, o produto menos trabalhado do portfólio. Sua equipe de negócios era formada por homens e mulheres, entre 30 e 40 anos, com ensino superior completo, fluência digital, majoritariamente casados e com filhos. Todos tinham uma rotina de visitas externas regular, dispunham de notebooks e smartphones corporativos com conexão 3G e realizariam o treinamento durante o expediente de trabalho. O produto já estava no portfólio da empresa há bastante tempo, todos os corretores conheciam suas características técnicas, como tempo de vigência, tabela de preço etc. Durante a **investigação do perfil do público-alvo** foi descoberto que os corretores não se sentiam à vontade de falar com seus clientes sobre morte, condição que pressupunha a contratação de um seguro de vida. Diante disso, foi necessário trabalhar uma nova atitude (**natureza do conteúdo**) na equipe para que estivesse apta a vincular o produto a atributos positivos.

Exemplo 3



BLA

A linha de produção de uma fabricante de autopeças apresentava um número de acidentes acima do seu padrão internacional. Devido à importância de práticas seguras, a companhia buscou no treinamento uma alternativa para resolver a questão. A companhia iria medir a efetividade da ação por meio do número de acidentes em sua operação antes e depois do treinamento realizado. Todos os profissionais que atuavam na fábrica deveriam estar aptos a praticar comportamentos seguros, seguindo à risca os padrões e normas de segurança do trabalho. Nesse sentido, o treinamento deveria apresentar quais são os padrões de segurança da companhia, instruir os profissionais em relação às medidas aplicadas a cada um deles e capacitá-los na execução dos procedimentos de segurança. **A solução educacional escolhida foi muito pensada no perfil e contexto dos profissionais.** A fábrica dispunha de poucos computadores para que os colaboradores pudessem se revezar. Então, o curso online para conceituar as normas e padrões de segurança da companhia tinha duração de 15 minutos, seguido de um quizz com perguntas sobre as situações que apresentavam maior índice de acidentes. Como continuidade para a aprendizagem, os líderes da fábrica foram formados como multiplicadores das boas práticas e passaram a exibir vídeos de 5 minutos com demonstrações do uso dos equipamentos para as equipes em cada início de turno que se reunia em grupos nos computadores.

Ciatech

Uma empresa UOL Educação

Referência em treinamento corporativo, a Ciatech cria e executa projetos para as 500 maiores empresas do ranking da Exame. É parceira dos principais autores e especialistas em educação corporativa e negócios. Oferece ao mercado a solução completa para a estratégia online de educação corporativa: consultoria educacional, plataforma LMS Atena, catálogo SapiênCia com cursos exclusivos, soluções de aprendizagem mobile, conteúdos e formatos customizados e gestão educacional do projeto.



www.ciatech.com.br
comercial@ciatech.com.br
(11) 3469-1500

