

TRANSFORMAÇÃO CENTRADA EM PESSOAS



Por Marisa Nannini | Diretora Mercado Corporativo

Como efeito da era digital, as pessoas esperam cada vez mais serviços, produtos e treinamentos individualizados em tempo real e a capacidade de acessá-los quando e como for mais conveniente para elas.

Empresas que quiserem atender a essas demandas de Treinamento & Desenvolvimento precisam propiciar oportunidades de interação altamente personalizadas e oportunas para ter impacto e efetiva geração de conhecimento. Para isso, é preciso oferecer novos recursos de aprendizagem impulsionados por análises avançadas de perfil e uso de tecnologia (*big data/people analytics*). Deve-se ainda considerar como novo elemento no desenho das novas soluções de aprendizagem corporativas a geração de conteúdos criada e compartilhada pelos próprios indivíduos. Só assim será possível gerar engajamento, satisfação, troca de práticas e alcançar um estágio de maturidade digital e gestão de conhecimento mais avançado.

O fator-chave de sucesso da jornada digital é manter a aprendizagem centrada nos indivíduos, em como elas pensam, como se comportam e as habilidades que possuem e desejam desenvolver.

Essa transformação deve permanecer centrada nas pessoas do início ao fim e não começar com um foco em pessoas, em seguida reverter para um conjunto de processos ou um projeto de tecnologia.

Thimon de Jong, especialista em tendências digitais, aposta que é o comportamento das pessoas que está impulsionando a mudança tecnológica e não o contrário. “Estamos vivendo

mudanças de atitude fundamentais e as pessoas já começam a exigir uma abordagem mais individual (“Você deveria me conhecer”). O bom é que nunca os tempos foram tão propícios para as organizações saberem sobre seu público-alvo, incluindo traços de personalidade e suas emoções”, diz.

Segundo os autores do livro B4B, estamos testemunhando uma evolução que parte de um mundo de negócios focado em aparatos e dispositivos de tecnologia cheios de recursos, para um mundo focado em resultados esperados pelas pessoas que consomem essa tecnologia de forma natural e intuitiva.

A economia digital diz respeito a pessoas, portanto é imprudente focar as ações de Treinamento & Desenvolvimento unicamente na tecnologia. “Visar a tecnologia móvel em vez da mobilidade, por exemplo, significa não entender o ponto essencial da questão. O objetivo deve estar em como maximizar o potencial humano. No fundo, os desejos e necessidades das pessoas não mudam. Queremos nos conectar com outros seres humanos. E queremos ter significado em nossas vidas”, assegura.

Ou seja, o novo modelo com base no mundo digital e sua dinâmica – que consiste em um mix de padrões comportamentais, atitudes e inovações – diz respeito a entregar resultados para as pessoas. Em síntese, isso significa que são as necessidades das pessoas que vão direcionar os negócios e estratégias de aprendizagem digital.



Fontes/Referências:

Adapt2Digital

B4B: How Technology and Big Data Are Reinventing the Customer-Supplier Relationship – J. B. Wood, Todd Hewlin, Thomnas Lah
The Explorer Magazine

Technology Services Industry Association



Marisa Nannini é diretora da unidade de negócio para o mercado corporativo do Uol Educação/CiaTech. Possui mais de 25 anos de experiência executiva no desenvolvimento e expansão de Unidades de Negócio, posicionamento de marca e produtos e estratégia do capital humano. Sua atuação em grandes empresas multinacionais, nacionais e consultorias é voltada a planejamento estratégico, tecnologia, sucessão e desenvolvimento organizacional.

Saiba mais acessando:

<https://boardroomnews.wordpress.com/>