

Как автоматизировать создание и запуск обучающих программ

Пошаговое руководство
для руководителей корпоративных
университетов



Оглавление

Введение	3
Какие задачи корпоративного обучения решает автоматизация	4
Этапы планирования обучающей программы	6
Инструменты для быстрой генерации контента	9
Этапы обучения сотрудников	14
Компании, которые организовали корпоративное обучение вместе с МТС Линк	20
3 вредных совета, как сделать обучение неэффективным	25
Чек-лист для планирования успешного обучения	27

Введение

В сфере обучения продолжается активная цифровая трансформация. По результатам [исследования Digital Learning](#), 40% российских компаний использовали ИИ для обучения сотрудников. Например, искусственный интеллект может отвечать на вопросы пользователей в чатах или подбирать учебные материалы под запросы конкретного сотрудника.

Всё больше компаний сегодня стремятся к созданию мобильных приложений, использованию VR-тренажёров, систем дистанционного обучения (Learning Manage System — LMS). Согласно [исследованию](#), российский рынок LMS-систем вырастет с 3,92 млрд рублей в 2022 году до 6,72 млрд рублей в 2027 году. Несмотря на ситуацию в мире, кризисы, крупные компании готовы вкладываться в автоматизацию обучения.

Этот материал поможет вам сориентироваться в вопросе автоматизации корпоративного обучения и подобрать для себя необходимые инструменты и сервисы.

Какие задачи корпоративного обучения решает автоматизация

Продуктовый маркетолог бизнес-юнита «Обучение» МТС Линк Эльвина Шарафутдинова перечислила преимущества сервисов для онлайн-обучения перед офлайн-форматом.

Гибкость и масштабируемость

Руководители компаний отмечают, что онлайн-обучение минимально отрывает сотрудников от исполнения их рабочих обязанностей. В результате продуктивность компании не страдает.

Экономия времени

Как отмечает Эльвина Шарафутдинова, в среднем грамотное онлайн-обучение сокращает время освоения материала на 40–60% по сравнению с традиционными офлайн-тренингами.

Снижение затрат

Компании сокращают расходы на обучение на 30% за счёт отсутствия командировок, аренды помещений и выдачи печатных материалов.

Персонализация обучения

90% обучающих платформ используют аналитику и адаптивные алгоритмы, чтобы подстраивать курсы под уровень знаний и потребности сотрудников.

Рост вовлечённости

Большинство сотрудников предпочитают дистанционное обучение, потому что так студент проходит курс в подходящем ему темпе и формате. Плюс — есть экспертные рабочие механики для проведения интерактивов.

Круглосуточный доступ к знаниям

Сотрудники открывают курсы в комфортное время, поэтому это не сказывается на их выработке так сильно, как при офлайн-формате.

Онлайн-обучение открывает мир образования из любой точки планеты и в любое время.

Это стало востребовано после пандемии. Но помните, что не каждый курс подходит для такого формата.

Например, физические навыки лучше осваивать в практической обстановке с непосредственным взаимодействием с преподавателем»



Эльвина Шарафутдинова

Продуктовый маркетолог бизнес-юнита
«Обучение» МТС Линк

Этапы планирования обучающей программы

Чтобы разобраться, как онлайн-обучение проводится на практике, обратились к Инне Колесниковой, руководителю отдела обучения и клиентского опыта в МТС Линк. Она поделилась, какие этапы проходит идея от момента её формирования до итогового запуска.

1 Получение запроса на обучающую программу от заказчика

Запрос может прийти из разных каналов. Например, от эксперта-разработчика продукта, от руководителя отдела продаж и даже от самих сотрудников в анкетах обратной связи. Это станет базой для создания обучения.

2 Брифование заказчика и экспертов

На этом этапе составляется чёткая программа обучения: определяется цель курса в простой и понятной формулировке, целевая аудитория, метрики эффективности (как мы поймём, что обучение прошло результативно), содержание курса и наполнение каждого пункта. Также прописывается формат ведения уроков, собираются все исходные материалы, формируется состав разработчиков, экспертов и согласующих. Ещё на втором этапе устанавливаются и согласовываются сроки разработки курса. Обычно брифование проходит в формате интервью с экспертами и заказчиками в сервисе [МТС Линк Встречи](#).

3 Создание драфта или черновика обучающей программы

Драфт создаётся согласно программе, прописанной в брифе. Важно ориентироваться на цель курса, а при составлении текста соблюдать редакционное руководство и принципы Tone of Voice. В создании драфта принимают участие разные отделы: только разработчики, если все материалы собраны, разработчики и эксперты — если нужно собрать детали, которых нет в исходных материалах, разработчики и заказчики — если, например, не согласованы бизнес-процессы компании, по которым проводится обучение. Составить драфт в команде со всеми участниками процесса можно на онлайн-доске. Мы делаем это в сервисе [МТС Линк Доски](#).

4 Согласование драфта с заказчиком и экспертами курса

На этом этапе проверяют текстовое наполнение на соответствие цели и структуре курса по брифу.

5 Сборка обучающей программы

Разработчики оформляют уроки в запланированных форматах и стиле. В команду разработчиков обычно входят мастера из сфер дизайна, аудио- и видеопродакшена, профессиональные спикеры и эксперты.

6 Согласование и тестирование курса

Проба пера проводится на пилотных группах. Иногда достаточно, чтобы перед публикацией курс проверил только эксперт, а иногда материал проходит многоэтапное согласование и тестирование на нескольких пилотных группах студентов. Всё зависит от цели обучения, уровня сложности материала и эффекта, которого заказчики хотят добиться после.

7 Запуск и масштабирование

Проводится загрузка курса на платформу и выстраивается нужная траектория обучения. Сотрудники получают приглашения на курс по электронной почте, объявления о курсе появляются в каналах корпоративного мессенджера.



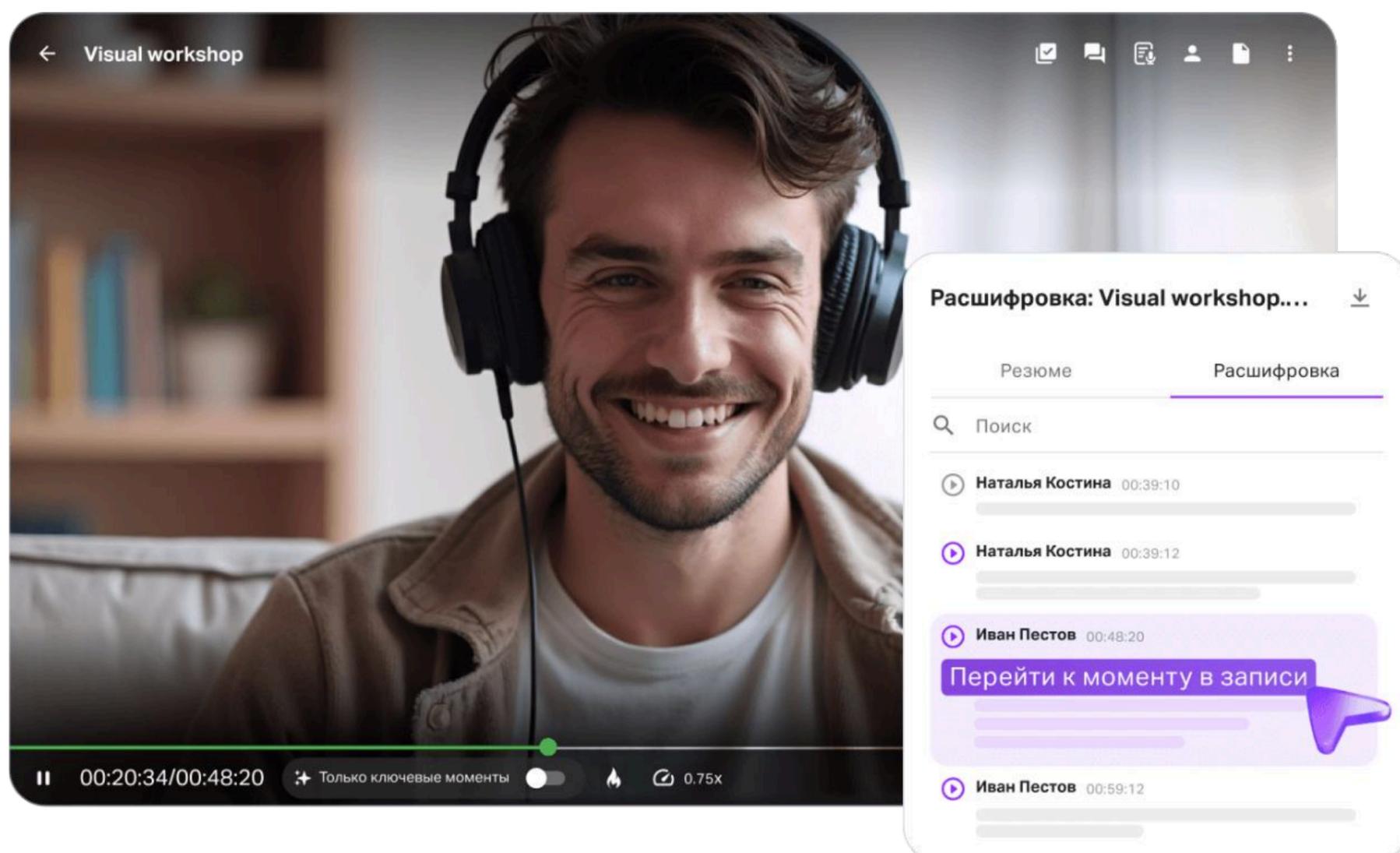
Инструменты для быстрой генерации контента

Современные корпоративные университеты сталкиваются с необходимостью оперативно создавать и обновлять учебные материалы. Цифровые инструменты позволяют автоматизировать и ускорить разработку контента, сохраняя при этом высокое качество обучения. Рассмотрим некоторые возможности на примере платформы МТС Линк.

Транскрибация вебинаров

Автоматическое преобразование устной речи в текст позволяет быстро создавать конспекты, методички, FAQ или чек-листы на основе проведённых мероприятий.

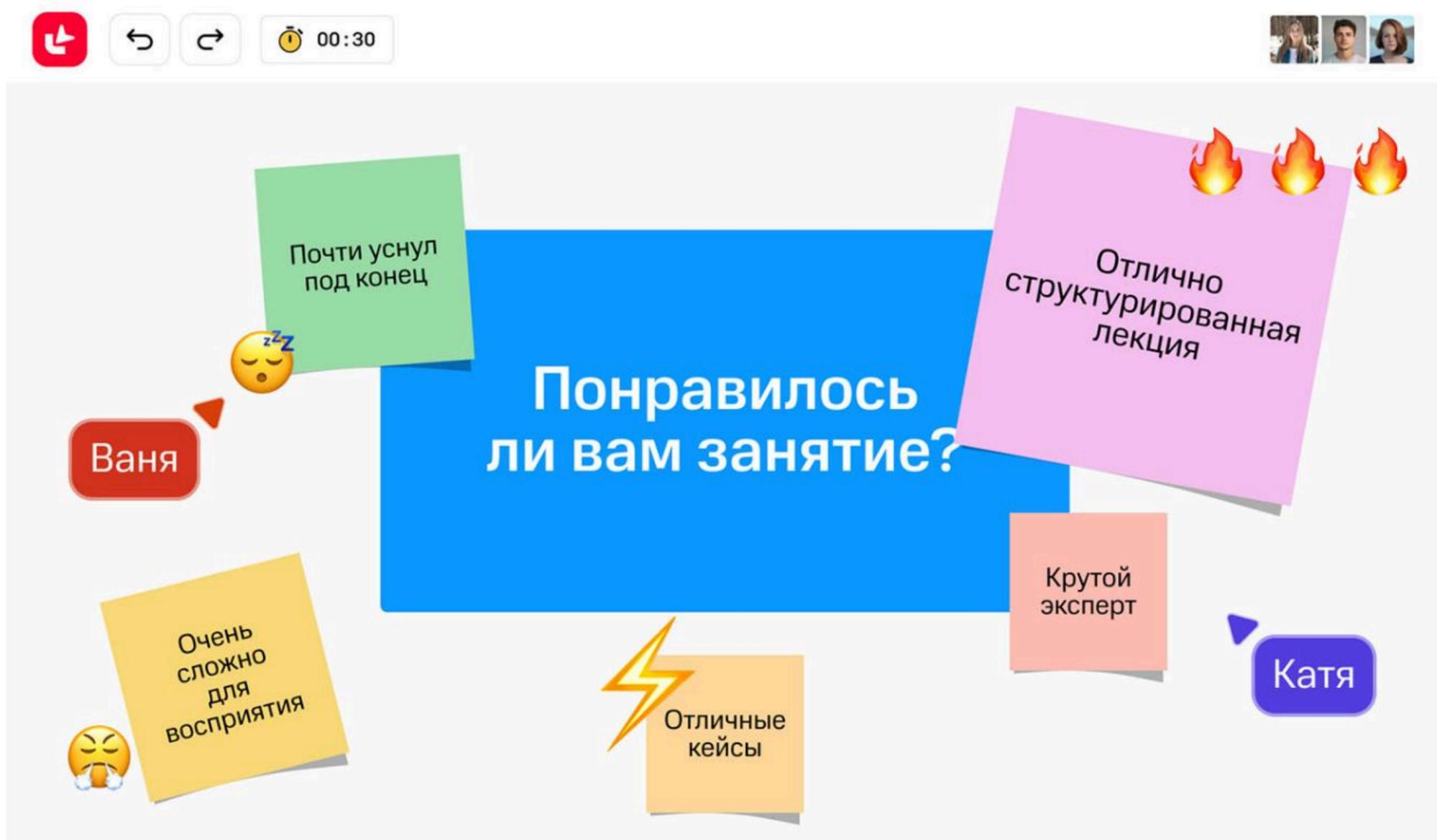
После вебинара можно отправить текст участникам или опубликовать его в базе знаний.



Сбор контента для занятий на онлайн-доске

Совместная работа с материалами в интерактивном формате позволяет быстро структурировать информацию, вовлечь участников в обсуждение и визуализировать сложные концепции.

Тренер размещает план занятия на доске, там же создаёт презентацию, собирает идеи участников, оставляет задания и кейсы. Также можно создать интерактивную схему бизнес-процесса и сразу использовать её в обучении.



Конструктор курсов с уроками разных форматов

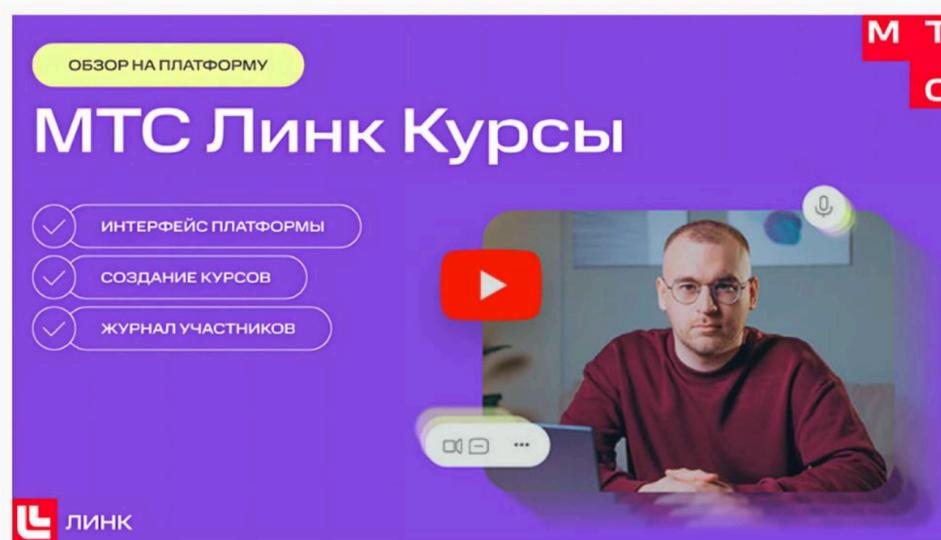
Гибкий инструмент для сборки курсов из вебинаров, текстов, тестов и мультимедиа позволяет создавать персонализированные программы обучения без помощи IT-специалистов.

Например, в курс можно добавить вебинар от эксперта, текстовые инструкции, видеоразбор кейсов, тест на усвоение материала.

- Перед стартом
- 1.1 Webinar Group объявляет о ребрендинге и меняет... ✓
- 1.2 Как проходить этот курс ▶
- 1.3 **Видеобзор функций платформы МТС Линк Курсы** ✓
- Шаг 1
- 2.1 Настройка лендинга
- Шаг 2
- 3.1 Структура обучения
- 3.2 Настройка доступов
- 3.3 Добавление текста и досок
- 3.4 Добавление видео
- 3.5 Добавление файлов и презентаций
- 3.6 Добавление офлайн встречи
- Шаг 3
- 4.1 Добавление тестов
- 4.2 Добавление вебинара
- 4.3 Настройка сертификатов

Видеобзор функций платформы МТС Линк Курсы

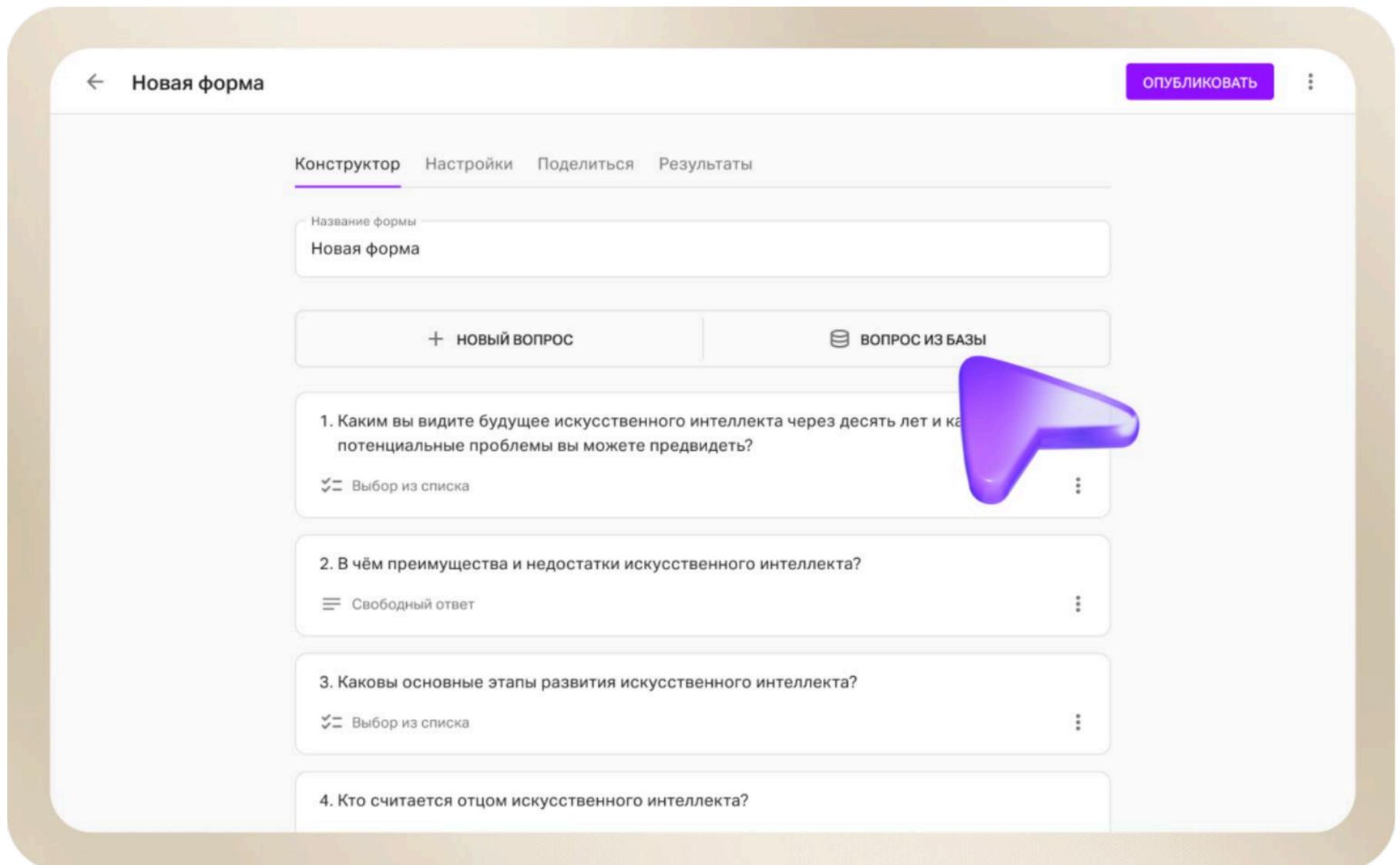
Посмотрите видеобзор основных функций платформы МТС Линк Курсы. Подробнее про них расскажем в курсе дальше.



Создание тестов и опросов из банка готовых вопросов

Быстрая генерация проверочных материалов на основе существующей базы вопросов упрощает контроль знаний, экономит время методистов и позволяет адаптировать тесты под разные аудитории.

Ни один созданный вами вопрос не потеряется. Он попадает в базу и может быть использован повторно. Вы можете быстро провести разминку в начале занятия или срез знаний после тренинга, выбрав в банке вопросы по нужной теме.



Автовебинары

Автоматизированное проведение вебинаров без постоянного участия ведущего экономит время преподавателей, позволяет масштабировать обучение и проводить занятия в удобное время для сотрудников.

Корпоративный университет может записать лекцию от эксперта один раз, а затем автоматически транслировать её новым сотрудникам с возможностью задавать вопросы в чате. Можно создать целую серию вебинаров и запускать их по расписанию.

Этапы обучения сотрудников

1 Выясните сильные и слабые компетенции

Прежде чем выбирать формат обучения, проведите аудит знаний и навыков, которые есть у сотрудников.

Так вы сможете понять, какие у них есть компетенции, чтобы от этого оттолкнуться. Можете провести опрос и предложить персоналу оценить свои знания. А еще — анкетирование среди руководителей, чтобы они выразили мнение, каких компетенций не хватает команде.

Оценить текущий уровень компетенций сотрудников также могут профессиональные эксперты. Они проведут тестирование, на основе которого будет понятно, какие навыки и знания требуют развития. Это позволит определить зоны роста.

2 Определите цели обучения

Отправная точка в планировании обучения сотрудников — это цель. Вот несколько формулировок, которые могут быть у компании.

Повысить производительность или выработку каждого сотрудника на 20% к концу года.

Добиться, чтобы показатель количества сотрудников, выполнивших KPI, вырос на 30%.

Добиться, чтобы 100% сотрудников освоили навыки, необходимые для их должности.

Результаты обучения можно оценить справедливо, если цели содержат количественные показатели: проценты, единицы, штуки.

На что еще обратить внимание при постановке целей для обучения сотрудников?

Не ориентируйтесь на модные тенденции. Если вы услышали про новую передовую методику обучения, сначала оцените, отвечает ли она интересам компании. А ещё совпадает ли с менталитетом и возрастом сотрудников — иначе обучение пройдет впустую.

Не ставьте формальные цели. Ничего не работает «для галочки». Обучение без конкретной цели превратится из перспективного мероприятия в бесполезную трату денег и времени.

3 Выберите метод обучения

Когда определитесь с целью обучения, переходите к выбору методов. Вариантов может быть много: внутри организации или вне, индивидуально или в группах, своими силами или с помощью сторонних подрядчиков.

В выборе конкретного формата поможет четко сформулированная цель на предыдущем этапе.

Например, вам нужно познакомить отдел продаж с новым продуктом. У вас есть вводные:

- численность сотрудников — 300 человек;
- сотрудники работают в 15 филиалах по всей стране;
- экспертов по новому продукту внутри компании пока нет.

Эта информация подсказывает, что для обучения подойдет вебинар. На него смогут собраться сотрудники из разных регионов, сторонние эксперты расскажут о товаре, а у слушателей будет возможность сразу задать вопросы и обсудить потенциальные возражения покупателей.

4 Подготовьте сотрудников

Заранее объясните сотрудникам, почему обучение актуально и чем поможет в первую очередь им. Когда сотрудник понимает, что обучение изменит его жизнь в лучшую сторону, то и к необходимости проходить курсы или тренинги он отнесется ответственно.

Постарайтесь оценить, сколько времени у сотрудника будет уходить на обучение, нужно ли его на это время освободить от основной работы или он будет обучаться в свободное от работы время. Позаботьтесь, чтобы коллеги временно взяли на себя часть обязанностей, пока другие будут на курсах.

5 Создайте обучающий контент

Когда определились с целями, выбрали метод обучения и подготовили сотрудников, можете переходить к созданию обучающих материалов. Контент будет зависеть от выбранного метода. Например, в случае с вебинарами нужно подготовить презентации и снять видеоролики, для тренингов — разработать викторины, квизы и составить тесты.

При создании обучающих материалов важно учитывать уровень подготовки сотрудников. Содержание и сложность обучения будет зависеть от того, кто обучается — новички или сотрудники с опытом.

6 Организуйте процесс обучения

Когда обучающие материалы готовы, важно создать все условия для максимального погружения в процесс. Если мы говорим об онлайн-обучении, для него важно обеспечить бесперебойную работу техники. Проведите тестовые занятия, чтобы проверить связь и настроить оборудование.

Обсудите с преподавателями, как они будут контролировать усвоение материала и собирать обратную связь. Например, предполагает ли обучение домашние задания, промежуточные задания и финальное тестирование. Компании важно подготовить условия для оценки, удалось ли сотрудникам закрепить полученные навыки. Без этого сложно проанализировать эффективность обучения.

7 Проанализируйте результаты и масштабируйте обучение

Когда обучение прошло, нужно оценить его результаты и провести работу над ошибками. Как это можно сделать?

Опросить сотрудников. Выясните, какая информация была интересной, а что не понравилось. Уточните, какие знания сотрудники собираются применять в работе. Например, это можно сделать в формате встреч один на один или фокус-групп.

Спросите у экспертов. Вы можете организовать по итогам обучения независимый аудит компетенций. Он поможет определить, что сотрудникам удалось усвоить, что уже получается использовать на практике, а какая информация вообще не уложилась в ходе обучения.

Проанализируйте количественные показатели.

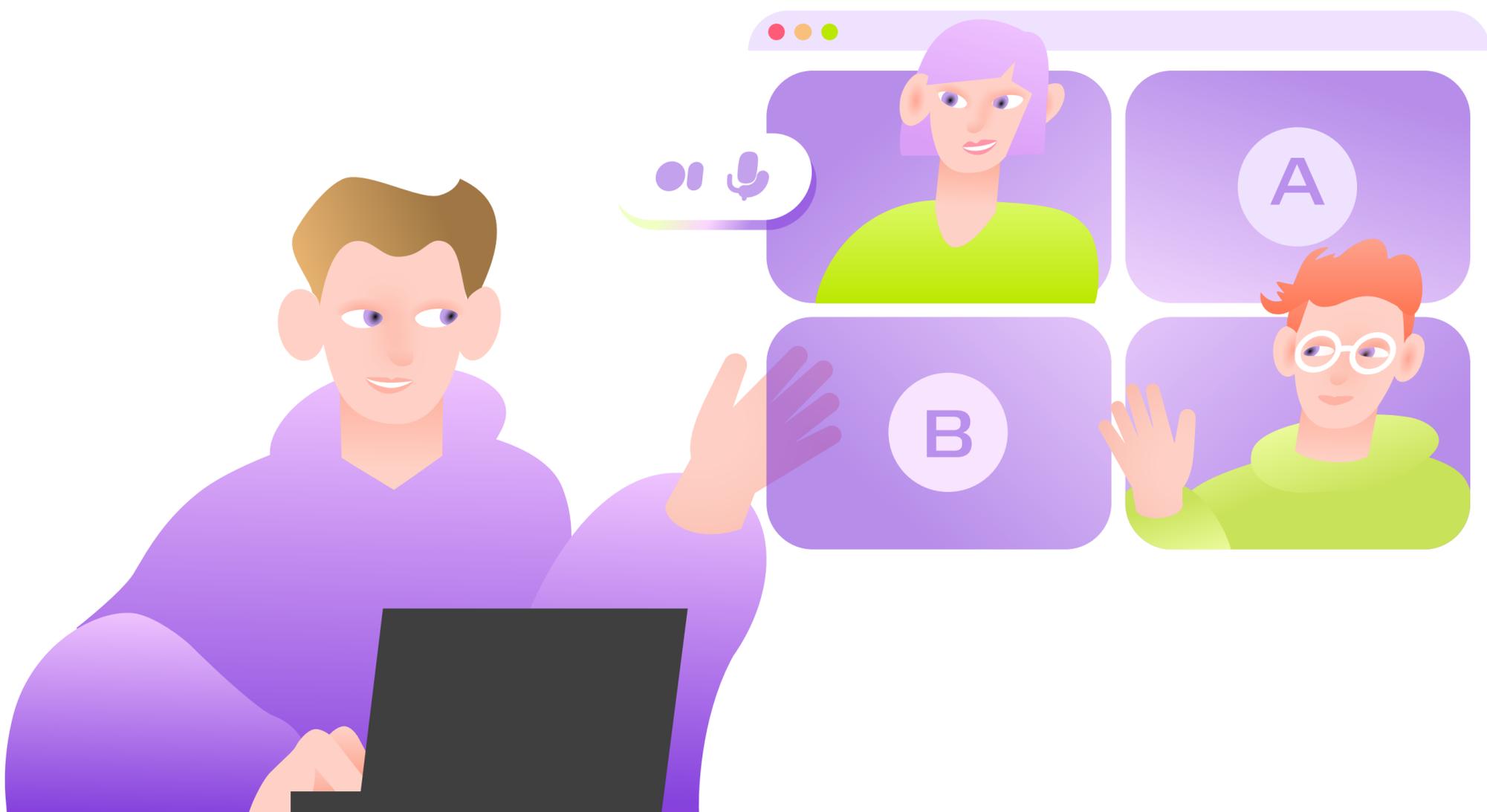
Сравните, как было до обучения и как стало после.

Например, вы организовали для сотрудников курс «Организация работы с жалобами клиентов». Через пару недель после обучения оцените число обращений в течение недели, обработанных поддержкой. Стало лучше — значит, обучение сработало.

Оценивать результаты лучше через 2–4 недели после обучения. За это время сотрудники успевают усвоить знания и начинают применять их на практике.

Если не начали, значит, что-то пошло не так. Так вы сможете получить объективную картину.

Используйте результаты, чтобы масштабировать обучение дальше — распространить на другие отделы, адаптировать под их особенности. Поймите, где допустили ошибки, исправьте их и в следующий раз добейтесь большего эффекта. Нельзя стоять на месте: информация обновляется, появляются новые возможности и инструменты, позволяющие сделать обучение более интересным, вовлекающим и эффективным.



Компании, которые организовали корпоративное обучение вместе с МТС Линк

ОТП Банк перевёл обучение сотрудников в онлайн и вдвое снизил стоимость организации мероприятий



Экосистема МТС Линк стала основной платформой для внутреннего обучения в ОТП Банке, а перейти в онлайн оказалось даже легче, чем ожидали в компании. Благодаря инструментам платформы банку удалось полностью перенести большую часть мероприятий в новый формат.

26 551

сотрудник посетил обучающие вебинары за год

95%

средняя успеваемость сотрудников банка по результатам тестирований

9

баллов из 10 — индекс удовлетворённости сотрудников (CSI) онбординг-курсами

[Читать подробнее](#)

Как Самолет Плюс синхронно обучает сотрудников и прорабатывает скрипты и сценарии коммуникации в группах

самолет

ПЛЮС

Компания «Самолет Плюс» запустила дистанционное обучение для сотрудников по всей России на базе корпоративного университета. Вместе с онлайн-курсами франчайзинговая сеть проводит практические занятия в формате вебинаров.

6 000

сотрудников обучают на вебинарах ежегодно

24 300

подключений к онлайн-мероприятиям

1 500

вебинаров за год

[Читайте подробнее](#)

Как М.Видео дистанционно обучает сотрудников и проводит вебинары с крупными брендами бытовой техники и электроники

М.Видео

Чтобы развиваться на высококонкурентном рынке, компании важно поддерживать единый уровень знаний и компетенций сотрудников во всех розничных магазинах. Специалисты должны хорошо знать особенности новых продуктов и маркетинговых акций.

11 000

сотрудников учатся онлайн

22 500

подключений к мероприятиям
за год

200

мероприятий в год

[Читайте подробнее](#)

Как сеть зоомагазинов «Четыре лапы» увеличила охват обучения в 8 раз

ЧЕТЫРЕ ЛАПЫ

Запуск мероприятий на МТС Линк оптимизировал образовательный процесс: позволил охватить больше сотрудников, оперативно делиться информацией и отвечать на вопросы коллег при запуске новых продуктов и услуг.

40 000

подключений к вебинарам

200

вебинаров в течение года

3 000

участников в среднем
на последних вебинарах

[Читайте подробнее](#)

Как страховая компания «Согласие» повысила охват вебинаров в 2,5 раза



Чтобы поддерживать единый уровень знаний сотрудников, компания проводит регулярное обучение в онлайн-формате. До МТС Линк приходилось ограничивать посещаемость до 200 человек, чтобы минимизировать технические трудности. Сейчас на вебинарах присутствуют 400–500 человек, и всё проходит без проблем.

900

обучающих мероприятий
за год

500

участников на вебинарах

9,1

баллов из 10 — средняя оценка
вебинаров со стороны
сотрудников

[Читайте подробнее](#)

Хотите добиться таких результатов?

Запишитесь на демонстрационную встречу, где мы покажем, как МТС Линк справиться с вашими задачами.

[Записаться на демо](#)

3 вредных совета, как сделать обучение неэффективным

Ждать мгновенной отдачи.

Некоторые компании годами не используют для развития сотрудников тренинги, семинары и другие формы повышения уровня компетенций. А если приходят к необходимости обучения, то ожидают мгновенной отдачи. Но развитие сотрудников — долгосрочная инвестиция, плоды которой появятся не сразу, хотя вкладывать деньги и приходится здесь и сейчас. Наберитесь терпения.

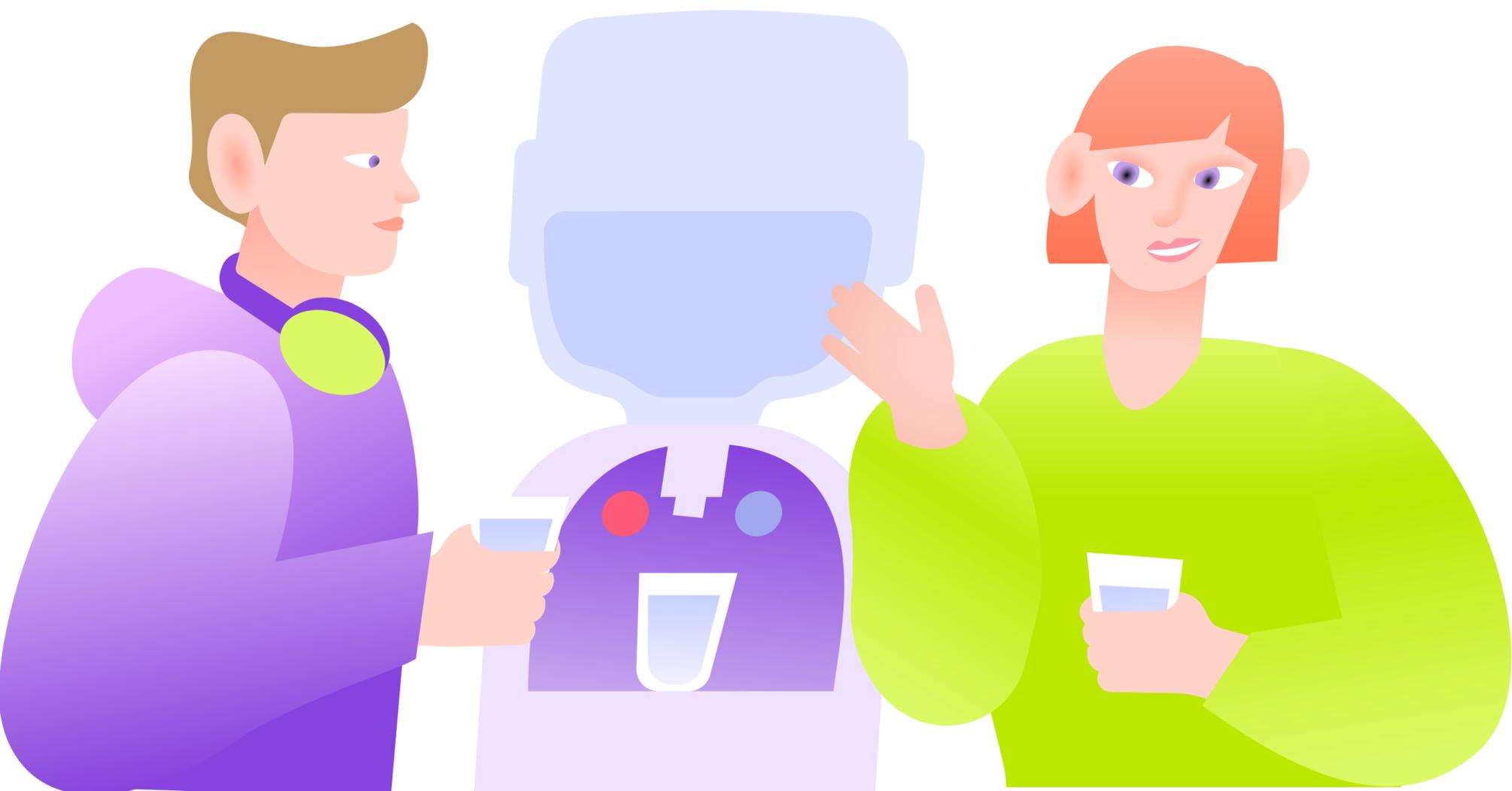
Чрезмерно увлекаться развитием персонала.

Есть компании, где корпоративное обучение, наоборот, возведено в культ. Сотрудникам приходится каждую неделю участвовать в командных тренингах, тестированиях, курсах и отчитываться перед руководством об изучении специальной литературы. Подобные перекосы так же вредны, как и полное отсутствие обучения. Если персонал постоянно занят саморазвитием, у него не остается времени на отработку новых приемов и методов на практике.

Не доносить до работников пользу от обучения.

Если персонал скептически относится к тренингам и семинарам, отдачи от них не будет. Чтобы убедить сотрудников в важности обучения, подсветите для них выгоды. Например, расскажите о возможном карьерном росте или увеличении зарплаты.

Обучение сотрудников не состоит из одних только плюсов. В этом вопросе важно соблюдать баланс и учитывать нюансы при подготовке и реализации. Но если тщательно всё спланировать и организовать, развитие персонала принесет организации ощутимую экономическую выгоду. А сами сотрудники станут увереннее в своих компетенциях, повысят профессиональный статус и будут лояльнее к предприятию, что тоже положительно влияет на развитие компании.



Чек-лист для планирования успешного обучения

- Определить цель, которой хотите добиться с помощью обучения.
- Назначить ответственных, которые возьмутся за организацию и контроль учебного процесса.
- Подготовить сотрудников и поговорить с ними: позаботиться, чтобы они были мотивированы получить новые знания и навыки.
- Выбрать подходящие виды и методы обучения.
- Решить, как лучше организовать обучение: с помощью внутренних ресурсов компании или привлечения внешних подрядчиков.
- Попросить участников пройти тестирование, чтобы выяснить их предпочтения, ожидания и приоритеты.
- Следить, чтобы участники не теряли интерес во время обучения, посещали занятия и получали нужные навыки.
- По окончании оценить эффективность обучения: опросить сотрудников и преподавателей, выяснить, как изменились компетенции участников и помогло ли это улучшить бизнес-показатели компании.