

# Verslag HUB Senior Academies 02-07-20

## Vandaag aanwezige organisaties

- Achmea
- Neerlands Diep
- Menzis
- PostNL
- Van Oord
- Technische Unie
- Corporatie Academy
- ABN AMRO
- Rabobank
- Ministerie van Buitenlandse Zaken
- Nationale Politie
- Waternet
- Universiteit Utrecht

## Thema van vandaag

*Hoe maak je leren onderdeel van het primaire proces?*

Van vinkje naar vonkje: niet alleen opleidingen halen, maar ook mensen 'aan' laten gaan op leren.

Ingebracht wordt: 'Wij willen': het hoger management wil graag en L&D ook, en sommige pioniers in de organisatie willen het ook. Ze zien dat het noodzakelijk is voor de toekomst van het bedrijf, maar een deel van de organisatie wil nog niet. M.n. digitalisering/digital denken/robotisering worden als thema gezien en op voortgeborduurd.

## Wat helpt, blijkt in de praktijk?

- Een organisatie deelt, dat het hen op het vlak van digitalisering helpt, als je het klein houdt en laat zien hoe het van toepassing is op hun werk.
- De rol van leidinggevendenden is belangrijk: zij kunnen stimuleren, ondersteunen enz. Hen meenemen in design van programma's.
- Aangeven dat het van belang is voor de toekomst van mensen binnen een organisatie. Over rollen heen kijken en naar mogelijkheden kijken binnen de organisatie. Als je niet beweegt, dan is het lastig in de toekomst van de organisatie. Als je wel meebeweegt, ben je van toegevoegde waarde in de toekomst en daar willen we je bij begeleiden. Werk verandert continu, dus dát is je burning platform om te gaan leren.
- Nauw samenwerken met communicatie-afdeling werkt goed: groot deel is awareness creëren en goed aangeven wat er verandert. Voorbeeld: Waternet brengt een magazine uitgebracht waarin collega's vertellen wat ze geleerd hebben, hoe ze dat gedaan hebben, ervaringen met scholingsprogramma's etc. Als je een nieuwsbericht plaatst op intranet, is het zomaar verdwenen omdat er zoveel gebeurt. Voordeel hiervan is, dat je op een leuke, losse vorm laat zien wat er allemaal mogelijk is. (I.p.v. een formeel jaarverslag.)



Tijdschrift Ontwikkelen bij Waternet, gemaakt door de Waternet Academie. Bedoeld om te laten zien hoeveel er geleerd wordt, hoe leuk dat is en dat iedereen daar aan mee doet!

In de digitale versie voor Waternet staan links naar cursussen en trainingen van de online Waternet Academie.

- <https://www.yumpu.com/nl/document/read/63513881/ontwikkelen-bij-waternet>

Vind je het leuk om de papieren versie thuis te ontvangen? Stuur dan je privé-adres naar: [peter.steenkamer@waternet.nl](mailto:peter.steenkamer@waternet.nl)

- Zodra mensen ervaren dat de ontwikkeling echt daar is (zoals bij reorganisaties) komen mensen in beweging.

#### Hoe neem je alle doelgroepen mee?

Zoals bijv. mensen die niet digitaal ingesteld zijn en/of niet willen bewegen. 'Ouderen' worden genoemd, mensen die willen blijven doen wat ze willen, mensen die vlak voor hun pensioen zitten.

- Als je werk weg haalt, kunnen ze het niet meer uitvoeren. Als je het dan toch wil blijven doen, mag dat, maar dan elders. (Bij een andere organisatie bijv.)

- Onderzoek wijst uit, dat ouderen een steilere leercurve hebben als het gaat over digitale vaardigheden dus we mogen ook oppassen dat we niet te snel in stereotypen denken. Wat je aanbiedt moet wel passend zijn voor de doelgroep (qua leerinterventie en inhoud).
- Mix van jongere en oudere generaties helpt ook.
- Maak gebruik van eigen collega's: collega's kunnen vaak op een laagdrempelige manier zaken uitleggen. Sessies zoals 'Train je collega', 'train de trainers', korte instructiefilmpjes beschikbaar stellen. Dat maakt het een stuk minder bedreigend dan een trainer voor de groep zetten.

### Wanneer leren mensen wel?

- Uit de Develhub strategiesessies van juni bleek:
  - Er moet een burning platform zijn voor mensen. (De crisis maakte leren op bijv. digitale vaardigheden noodzakelijk.)
  - Het moet passend zijn: voor je functie maar ook voor de persoon (leerstijlen etc. zijn belangrijk).
  - 'It better be good': er is zoveel online beschikbaar dus mensen zijn steeds meer gewend. Je kunt de beste sprekers in je huiskamer halen via internet dus wie zet je neer voor een groep? (Letterlijk of online, via YouTube bijv.)
  - Het moet aantrekkelijk gepresenteerd worden (je interne marketing moet dus goed zijn maar ook de producten zelf) en gebruiksvriendelijk.

Voor het uitgebreide verslag van deze sessies: <https://develhub.nl/blog/resultaten-develhub-strategiesessies-de-toekomst-van-leren>

- Uit het boek "Inside the Nudge Unit":
  - Easy
  - Attractive
  - Social
  - Timing (aanbieden op het juiste moment).

### Wat zijn best practices rondom leren, ontstaan in/door de crisis

- Digitale programma's ingezet tijdens de crisis, met break-out rooms, veel interactie gecreëerd. Gamification ingebouwd. Allerlei lagen werden bij elkaar gebracht. Meer mensen op de been dan normaal en zeer hoog gewaardeerd. Weinig zenden, veel breakouts, kennismaken en opdrachten.
- Eigen (semi-)professionele studio gebouwd wat professionele producten mogelijk maakt.
- Mensen worden steeds makkelijker in thuiswerken en apps zoals MS Teams. Daar kunnen we steeds meer mee gaan spelen, leuke elementen erin brengen etc. Maak daar gebruik van.
- Nu programma's digitaal neerzetten, geeft de mogelijkheid om wereldwijd dezelfde boodschap af te geven.
- Learning week, organisatie-breed: global learning week die fysiek plaats zou vinden is nu digitaal georganiseerd. 173 sessies in een week over critical skills, loopbaanontwikkeling, collega's delen expertise. 9500 aanmeldingen gehad met gemiddelde score van een 8. Alles kosteloos. Veel opgenomen zodat je het kunt terugzien. Er was 1 groep die het drukker kreeg en een groep die iets meer tijd had. Mensen konden heel laagdrempelig aangeven waar ze interesse in hadden. Laagdrempelig excuus om in jezelf te investeren. Hoe is het vormgegeven qua marketing/inhoud? Het werd in eerste instantie ingezet als strategiever sneller. Bij medewerkers getoetst; waren niet erg enthousiast. Ze hebben het omgedraaid naar wat zijn kritische softskills. Daar zijn categorieën op gemaakt (agility, digital, innovatie, executiekracht, enz.) en eigen

trainers op gezet. Enthousiasme was zo groot, dat er wachtlijsten ontstonden: opnemen en terugkijken is dus waardevol.

- Veel omgezet naar online: maximum van 25 mensen vanwege de digitale omgeving. Maar het is zó makkelijk om aan te sluiten, dat de sessies snel vol zaten. Tegelijkertijd zijn er ook makkelijk no-shows. Hoe ga je daarmee om? Als mensen een opdracht van te voren hebben (met serieuze inspanning) die als voorwaarde geldt om deel te kunnen nemen, heb je er al hard voor gewerkt. Dan is de sessie zelf 'een cadeautje'.
- Laat mensen ook zien wat de achterkant van de organisatie is: dat er wachtlijsten zijn en je een plek bezet die iemand anders dolgraag wil hebben.
- Sommige organisaties zitten in zwaar weer en mogen alleen de wettelijk verplichte opleidingen aanbieden. L&D is ideeën gaan verzamelen die ze altijd al hadden maar nooit uit konden voeren. Dat geeft een positieve vibe en je benut de tijd om alles voor te bereiden. Andere afdelingen die nu meer ruimte hebben konden meewerken. Webinars worden voorbereid, interne coaches worden opgelijnd, enz. Er ontstaat nu inclusie: je kunt mensen nu inzetten (wereldwijd) die normaal minder goed bereikbaar waren/inzetbaar in een zaal.
- Onboarden terwijl iedereen thuis zat: korte werkplekopdrachten gemaakt. MS Teams ingezet, schermen gedeeld, enz. Totaal nieuwe manier ontdekt van inwerken wat voorbij de oude ideeën is gegaan (dat je per se op dezelfde werkplek moet zitten bijv.).
- Projecten zijn opgezet in het buitenland door online te werken: kosten liggen stukken lager. Mensen beter leren kennen is wel cruciaal om dit nog beter te laten functioneren.
- Online intervisie tussen leidinggevenden: hoe doe jij het nu? Dat bleek prima online te kunnen en blijft hoogstwaarschijnlijk ontstaan. Heeft winst gegeven op het vlak van leiderschapsontwikkeling.
- Online werken en leren heeft voordelen gegeven, maar wat mis je omdat je elkaar niet offline treft? Voorbeeld: kennis wordt online aangeboden, vaardigheden worden offline gegeven. Voor alle lagen binnen de organisatie. De mix zullen we heel bewust moeten gaan bepalen. Als we bij elkaar komen, dan moet de meerwaarde er ook echt zijn. Verwacht wordt, dat er blijvend een switch is gemaakt van 'gij zult offline leren' naar 'het kan ook online'. En dat zien we niet meer veranderen.
- Ook wordt ervaren: mensen willen elkaar weer heel graag offline zien. L&D brengt in kaart wat je altijd online kunt blijven doen. Ondanks enthousiasme over online leren en goede voorbereiding (online) blijkt dat sneller weggezakt te zijn dan wanneer er offline geleerd werd. Eigen analyse was: mensen sluiten digitaal aan, tussen werkzaamheden door. Als je niet oplet, vergeet je reflectietijd in te bouwen. Als je weg bent, doe je dit meer automatisch.

## Aanvullende bijlage



Fosway-COVID-19-L  
D-Impact-2020\_Final,

## Thema voor volgende sessie

Rendement van (online) leren (versus offline leren).