

SURVEY DIGITAL LEARNING

Premessa

1

L'occasione era troppo invitante.

L'evento Learning360 2019 (un "bravo" agli organizzatori!) avrebbe fatto confluire al teatro Dal Verme di Milano un pubblico appassionato e attivo nel settore del digital learning.

Perché non cogliere l'occasione e raccogliere opinioni su alcuni temi e tendenze?
Perché non scattare una "fotografia del momento" di questa industry che tanto ci appassiona?

Detto fatto; abbiamo provato... e il risultato ci ha dato grande soddisfazione!
Pur nelle obiettive difficoltà che la tipologia di evento ha inevitabilmente creato (chi c'era ben sa cosa intendiamo) quasi 400 persone hanno risposto.
Nessuna pretesa di rigore statistico-scientifico, ovviamente; il contesto non lo consentiva e non era questo l'obiettivo. Solo le risposte di alcune centinaia di operatori del settore che hanno dato la loro opinione su diversi argomenti.

Nel seguito i risultati che speriamo possano essere di qualche utilità e interesse; una volta tanto un'indagine (con tutti i suoi citati limiti) "italiana" che ci libera, per una volta, dalla dipendenza praticamente totale dai dati che ci arrivano dai mercati anglosassoni e/o, quando va bene, europei.

Un invito ai lettori

2

I dati sono talvolta accompagnati da commenti "in libertà" di chi li ha raccolti e analizzati.
Sicuramente non tutti potranno concordare con tali commenti; per consentire a tutti gli interessati di esprimere le loro opinioni abbiamo reso disponibile un'apposita pagina sul sito.

Invitiamo quindi ad accedere per fornire pareri, opinioni, idee in merito e, speriamo, anche dissentire e fornire ulteriori spunti di riflessione:

<https://www.talento.eu/learning360-survey/>

Commenti e critiche welcome!

Abbiamo avuto in poche ore quasi 400 risposte (solo poche unità in meno).

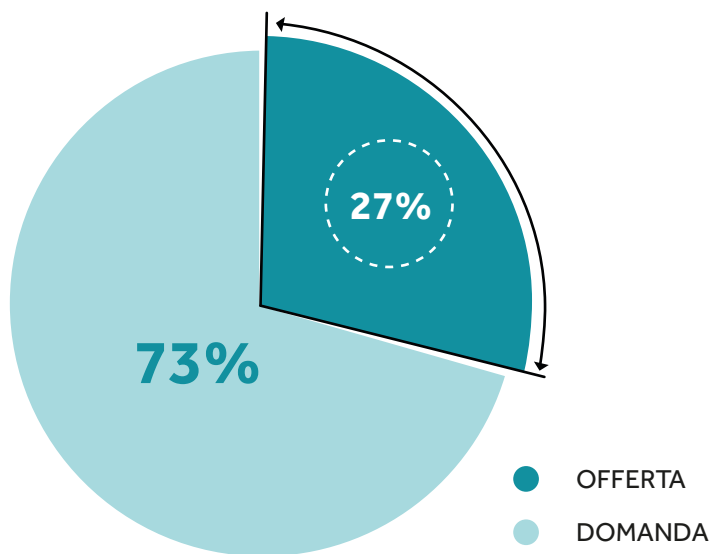
La prima domanda posta dal questionario aveva l'obiettivo di "catalogare" in qualche modo le risposte, per poter dare loro una chiave di lettura ragionevole, consapevoli del fatto che la partecipazione all'evento era, per implicita natura dello stesso, eterogenea.

La prima operazione è stata quindi quella di dividere la domanda dall'offerta.

Abbiamo in sostanza cercato di identificare, analizzando i risultati forniti e tramite una successiva analisi, le risposte di chi apparteneva al settore "offerta" di digital learning, cioè quelle organizzazioni o professionisti il cui core business è quello di creare contenuti e soluzioni per terzi.

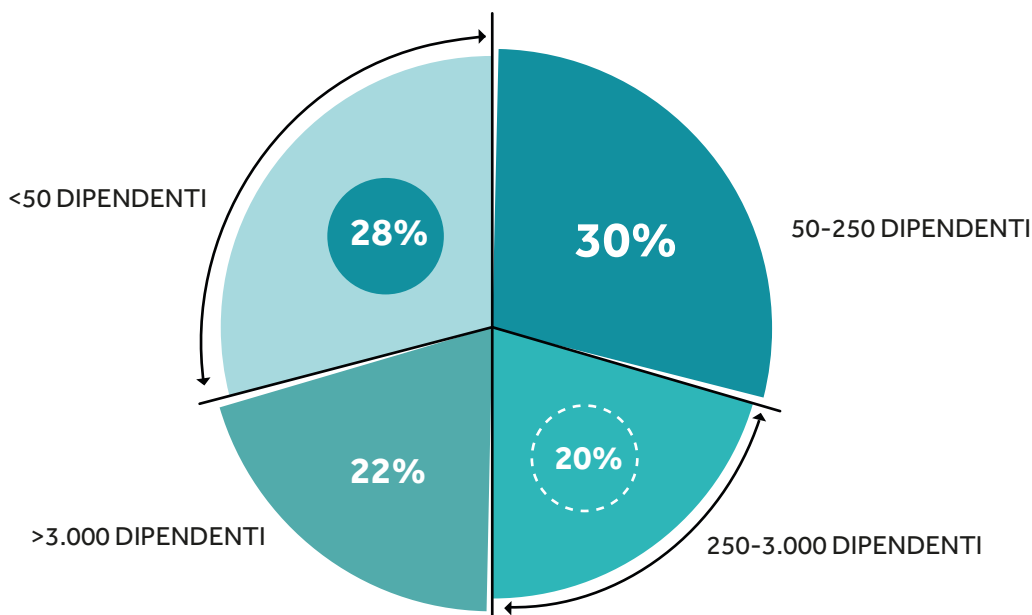
Diversamente, abbiamo catalogato come "domanda" le risposte di chi apparteneva ad aziende che utilizzano il digital learning per la formazione dei propri dipendenti o che offrono alla propria clientela servizi e soluzioni che integrano e utilizzano in qualche modo il digital learning.

Ecco il risultato di questa prima operazione sui partecipanti al sondaggio.



La seconda analisi è stata eseguita sulla dimensione delle organizzazioni.

Non sul segmento offerta: ben conosciamo la struttura delle aziende che operano nel settore. Interessante, invece, vedere la suddivisione fra coloro che appartengono alla domanda e hanno aderito all'iniziativa.



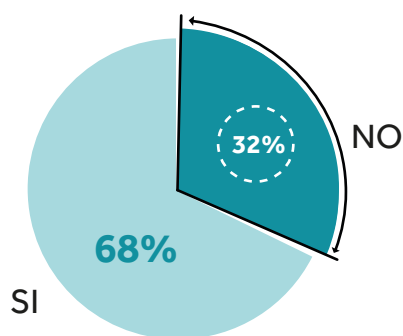
Da osservare la rilevante percentuale fra i presenti del 28% di aziende di piccole dimensioni (con meno di 50 dipendenti) che utilizzano il digital learning per la formazione interna e/o per costruire proposte per i loro clienti; questa percentuale sale al 58% se includiamo le organizzazioni fino a 250 dipendenti.

La domanda di digital learning quindi non proviene solo (o essenzialmente) dalle grandi aziende, ma sembra esserci un mercato altrettanto importante costituito dalle aziende medio-piccole.

Necessitano queste ultime del medesimo approccio che gli operatori dell'offerta riservano ai "grandi"?

Le piattaforme

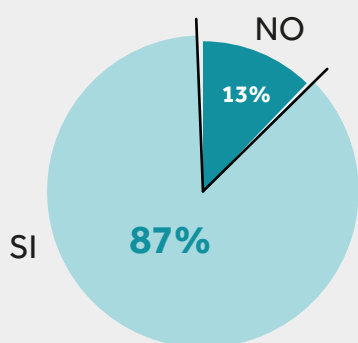
4



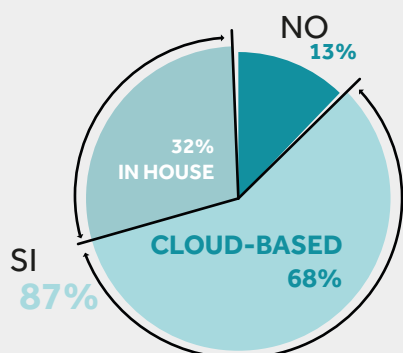
La seconda domanda riguardava le cosiddette piattaforme ed era esattamente:

"È presente in azienda un sistema LMS/LCMC/LRS?
Se sì, quale? Installato in house o cloud based?"

In merito alla presenza o meno, questo è stato il risultato considerando tutte le risposte.



Se restringiamo il perimetro alle aziende del segmento domanda con più di 250 dipendenti il risultato cambia in modo significativo in questo modo



Sempre considerando questa categoria di organizzazione, osserviamo che la tendenza a un utilizzo sempre maggiore di soluzioni cloud based per i sistemi LMS viene confermata anche da questo sondaggio. Per quanto concerne lo specifico sistema utilizzato, su questo quesito abbiamo rilevato la più bassa percentuale di risposte dell'intero sondaggio.

Solo poco più del 50% di coloro che hanno risposto affermativamente alla presenza di una piattaforma ha saputo (o voluto?) indicare di quale sistema si trattasse.

Sono stati comunque segnalati 26 differenti sistemi LMS/LCMS/LRS, praticamente tutti quelli maggiormente diffusi nel nostro paese.

Non riteniamo corretto fornire una graduatoria dettagliata, in quanto i limiti del sondaggio darebbero in ogni caso risultati non significativi e fuorvianti.

L'unico elemento valido da un punto di vista statistico, e che pertanto ci sembra corretto e giustificato indicare, è che ben il 41% delle risposte indicano uno specifico sistema LMS di tipo open source: **Moodle**.

Non si può negare il suo successo, confermato dal sondaggio, anche presso aziende private di grandi dimensioni.

Il mobile learning

5

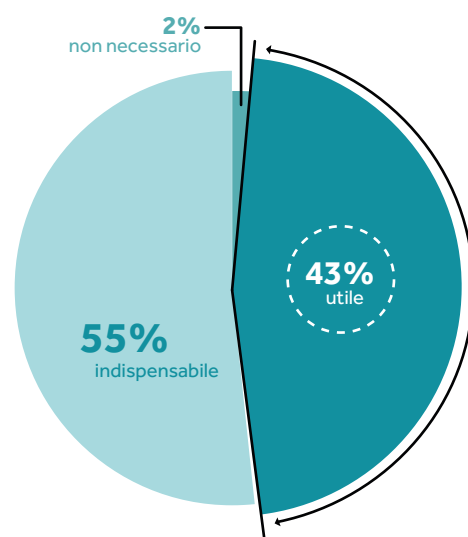
La terza domanda: "Per la tua azienda l'approccio mobile learning è o sarà... importante, utile o non necessario" era un po' scontata, ma anche doverosa. Il risultato è un testa a testa... Indubbiamente prevedibile!

Un'interpretazione che si può, forse, dare è che chi lo ha indicato come indispensabile sta già utilizzando, ideando, progettando o sviluppando una soluzione con questo requisito, mentre chi lo ha indicato come utile, ne ipotizza un uso solo in futuro oppure l'utenza di riferimento non utilizza in modo significativo i device mobili per le applicazioni digital learning.

Probabilmente una domanda più intrigante avrebbe potuto essere: "State utilizzando o progettando soluzioni digital learning che vedono lo smartphone come il principale device di fruizione?"

Un tema per la discussione sul sito, magari allargandola a: "Se si progetta per lo smartphone, come si concilia la user experience sul desktop?"

Commenti, se volete, welcome!

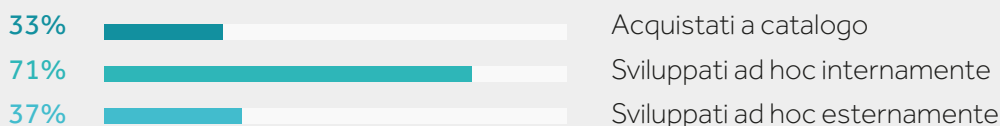


Acquistare a catalogo o sviluppare ad hoc?

6

L'analisi dei risultati su questo tema ha visto, ed era assolutamente prevedibile, il segmento "offerta" posizionarsi quasi all'unanimità sullo sviluppo interno. Del resto, proprio questo fanno le aziende e i professionisti del settore.

Più articolata la risposta delle organizzazioni del segmento "domanda". Considerando la totalità delle risposte di questa categoria otteniamo questi risultati.



Forse più significativo vedere che meno della metà afferma di utilizzare un solo metodo, e precisamente:



Il 9% del totale dice di utilizzare tutti i tre metodi; questa percentuale supera il 20% se si considerano esclusivamente le aziende con più di 1.000 dipendenti. Si conferma che crescendo la complessità delle organizzazioni, si articola maggiormente la modalità con cui esse si dotano di contenuti digital learning.

Si usa il digital learning per...

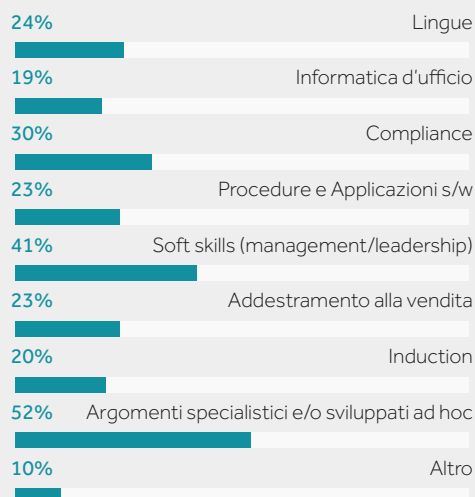
7

In merito a questo importante argomento, abbiamo ritenuto di rilevare i risultati secondo tre modalità, e precisamente:

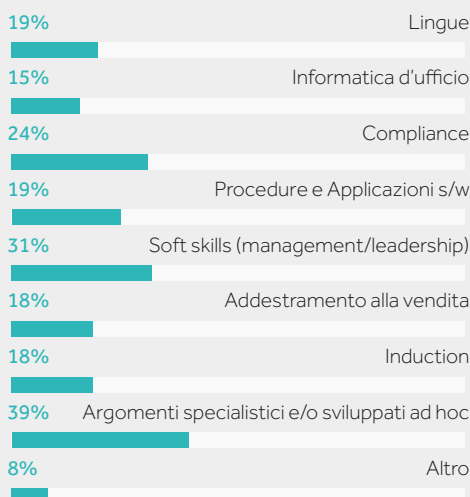
- #1 - Considerando tutte le risposte ricevute: una "fotografia" generale
- #2 - Considerando le sole risposte del segmento "domanda" (quello che le aziende chiedono)
- #3 - Considerando le sole risposte del segmento "offerta" (ossia cosa si sviluppa per il mercato)

Questi i risultati delle differenti rilevazioni.

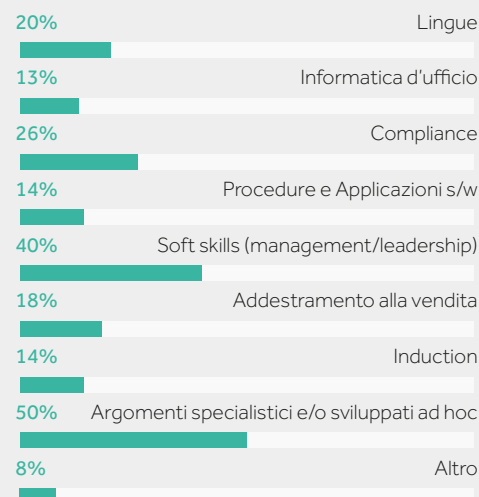
#1 - Complessivo



#2 - Domanda



#3 - Offerta



Le tre rilevazioni mostrano risultati globalmente "in linea".

Probabilmente la cosa più interessante è rilevare le differenze fra domanda e offerta.

Consideriamo, ad esempio, il caso delle business/soft skill che, nonostante si confermino un "sempre verde", sembra manifestino più attenzione da parte dell'offerta che non della domanda (pur sempre alta).

Caso opposto il tema dell'induction che sembra più in focus nel segmento domanda, con l'offerta non completamente allineata. Vale la pena di investire su questo aspetto.

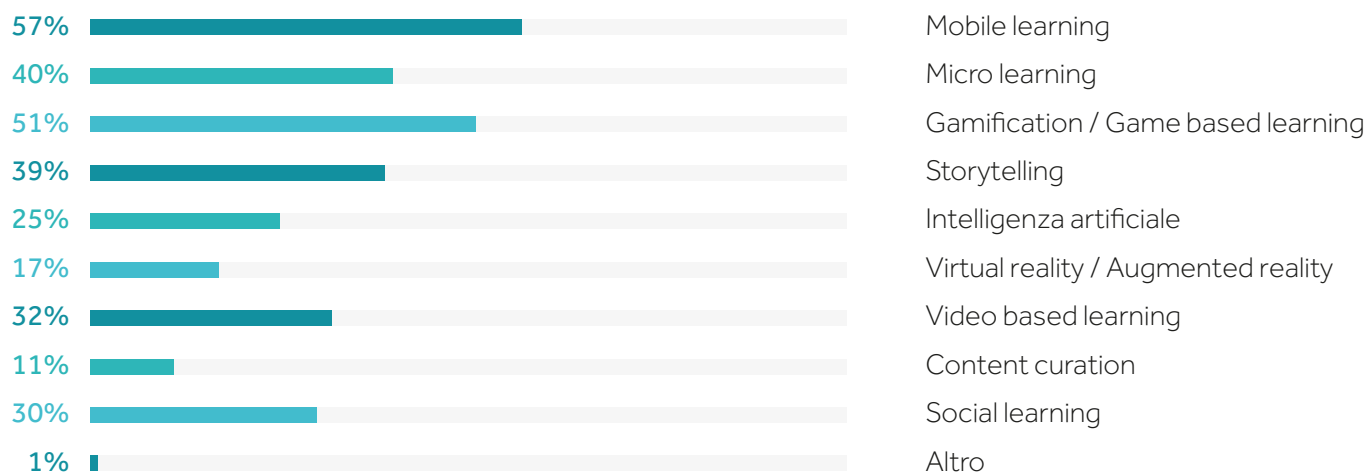
Sembra perdere interesse uno dei driver storici dell'elearning: la formazione "office", mentre acquisisce rilevanza maggiore la formazione sulle applicazioni software aziendali e sulle procedure correlate, soprattutto fra le aziende e organizzazioni utilizzatrici.

Chi progetta e sviluppa sembra sempre molto orientato a progetti ad-hoc per ogni specifico cliente.

È forse l'approccio "più facile" per gli operatori?

Analizzando le tendenze future, non abbiamo ritenuto importante segmentare le risposte, considerando più interessante rilevare il "mood generale" dei partecipanti all'evento Learning360 2019.

Ecco quello che "gli esperti" prevedono.



Facile sarebbe stato prevedere il primo posto del mobile learning.

Interessante osservare la stretta correlazione fra il dato rilevato con questa domanda (57%) con quello della risposta "Indispensabile" della domanda specifica sul mobile learning (55%).

Una conferma, se vogliamo, della validità del sondaggio.

Poco da dire anche sul buon risultato del microlearning, una modalità affermata, senza dover attendere il futuro.

Interessante il posizionamento di game/gamification e storytelling e, soprattutto, la loro correlazione; infatti più della metà di chi ha indicato uno dei due ha indicato anche l'altro.

Evidentemente i due metodi sono ritenuti facilmente integrabili e utilizzabili in concomitanza.

Ancora più forte la correlazione fra AI e VR/AR, pur con numeri complessivi minori.

Quasi il 70% di coloro che hanno indicato come futuro trend l'AI ha indicato anche VR/AR.

Forse potrebbe essere interessante conoscere con qualche maggiore dettaglio cosa gli esperti del digital learning si aspettano esattamente dall'applicazione delle tecniche di intelligenza artificiale, magari anche solo del machine learning e/o del deep learning, sia alle piattaforme sia ai contenuti formativi digitali.

Soprattutto per questi ultimi le idee di chi scrive non sono, lo ammettiamo, molto chiare.

L'indagine i cui risultati sono qui riportati ha sicuramente molti limiti, subito dichiarati, alcuni dovuti al contesto in cui si sono raccolti i dati, altri alla disomogeneità del ruolo professionale dei partecipanti, pur se tutti del settore, altri ancora alla, purtroppo necessaria, semplificazione delle domande poste.

Abbiamo potuto comunque raccogliere quasi 400 risposte e il numero di per sé dà un sufficiente grado di rilevanza e validità alle informazioni che si possono estrarre.

Rinnoviamo il suggerimento a rendere ancora più interessante il rilevamento, mandandoci i vostri commenti a:

<https://www.talento.eu/learning360-survey/>

Le informazioni contenute in questo documento non sono "segreti"; se utile e necessario possono essere utilizzate, e anche pubblicate, citando la fonte: "Talento srl - ©2019".

Grazie a tutti coloro che hanno partecipato e reso possibile questo lavoro!



Viale Sarca, 336/F – Edificio Sedici
20126 Milano (MI)

+39 02 64743501
talento@talento.eu



Viale Mazzini, 168
16039 Sestri Levante (GE)

+39 0185 482418
talento@talento.eu

STAY TUNED!