



8 formas de promover el aprendizaje

Guía para implicar a los empleados en la formación en línea

Introducción

¿Y si todas las personas de una empresa son alumnos en potencia?

Una cultura de formación en la que se anima a los empleados a adquirir nuevas aptitudes para sus puestos de hoy y mañana no es algo que ocurra de un día para otro. Se necesita constancia, iniciativas de implicación y una plataforma de aprendizaje que esté disponible en cualquier momento y lugar.

De ahí surgió LinkedIn Learning. Había llegado el momento de ofrecer un aprendizaje autoguiado que diera respuesta a las necesidades cambiantes de los profesionales actuales. Nuestro objetivo siempre ha sido muy sencillo: replantear el aprendizaje en línea con una plataforma que los empleados usen de verdad.

Seguro que sabes de lo que hablamos. Según el [informe de LinkedIn para 2018 sobre formación en el lugar de trabajo](#) (en inglés), la mayor dificultad para los responsables de desarrollo es que los empleados saquen tiempo para aprender.

Te entendemos y por eso estamos aquí. Con las estrategias de motivación adecuadas y una plataforma de aprendizaje a la altura (que fomente la implicación, permita poner en práctica las nuevas aptitudes y consiga resultados medibles para el negocio), es posible convertir a los empleados en alumnos.

En esta guía te mostramos cómo. Hemos recopilado algunos casos prácticos de estrategias que han dado buenos resultados y tácticas que puedes aplicar para impulsar la formación.

Consejo

Es poco probable que una sola estrategia te lleve a tus objetivos de implicación. Combina estas estrategias y consolídalas a largo plazo para estar más cerca de tu cultura de formación ideal.

1. Formación inicial

Da prioridad al aprendizaje desde el primer día

No hay mejor momento para crear un hábito que cuando se parte de cero. Presenta el aprendizaje en línea durante la formación inicial para que los equipos se acostumbren a aprender a su ritmo en lugar de esperar a que se imparta un curso. Valora un modelo de orientación mixto, como asignar tareas antes o después a través de tu plataforma en línea para complementar los cursos. Por ejemplo, el contenido que se basa en la función del empleado y los valores de la empresa suele encajar muy bien en la formación inicial.



sage

Sage inculca el aprendizaje desde la formación inicial

Sage presenta su cultura de formación en cuanto un empleado nuevo entra por la puerta. Se le asignan itinerarios de aprendizaje con cursos en vídeo sobre los cinco valores de la empresa: hacer lo correcto, innovar, marcar la diferencia, acelerar el ritmo y dar prioridad al cliente. El contenido didáctico en línea ayuda a los empleados a prepararse para el primer día de trabajo y a ponerse al día rápidamente. Estos cursos se encuentran en el sitio web de su formación inicial, una plataforma con todo lo que necesita una nueva persona empleada: normas, actividades de bienvenida y, por supuesto, oportunidades de formación.



«El desarrollo profesional es uno de los principales motivos por los que la gente decide incorporarse y quedarse en una empresa. Queremos presentarles las oportunidades de formación cuanto antes para que sepan que en Sage pueden progresar».

Damian Robinson

Socio de formación y desarrollo en Europa, Sage

¿Sabías que...?

x30

Los nuevos empleados tienen 30 veces más probabilidades de plantearse dejar una empresa si creen que no van a lograr sus objetivos en ella.

—PwC

Cómo conseguirlo

01

Ofrece un punto de referencia

Los nuevos empleados tienen que familiarizarse con los espacios físicos y digitales de la empresa. Es importante ofrecerles un lugar de fácil acceso donde ponerse al día y seguir aprendiendo de forma continua.

02

Da una vuelta de tuerca a los cursos

Ofrecer recursos en línea para marcar las pautas de la formación presencial ayudará a que la plantilla tenga más control sobre el proceso de incorporación y sepa qué esperar de las lecciones.

03

Facilita un itinerario de aprendizaje en línea

Crea y asigna contenido didáctico para ayudar a los empleados a entender lo que necesitan aprender para llegar lejos en la empresa. Por otro lado, anima a las personas con responsabilidad de gerencia a asignar contenido específico a sus equipos.

04

Transmite un mensaje personalizado

Acerca al consejero delegado a los empleados. Prepara un vídeo con mensajes de la directiva para que los equipos escuchen de viva voz lo mucho que valora la empresa a su plantilla y la formación.



El potencial de LinkedIn Learning: Con LinkedIn Learning puedes crear un grupo para nuevas personas en la plataforma que les guíe por el contenido exclusivo para ellas. Usa la funcionalidad «Contenido personalizado» para cargar un vídeo del equipo ejecutivo dándoles la bienvenida.

2. Evaluaciones del rendimiento

Da más protagonismo a las personas

¿Y si cambias la percepción general de que las evaluaciones del rendimiento son un proceso desagradable y jerárquico?

Una de las mejores formas

de conseguirlo es plantear el aprendizaje en línea como una oportunidad en lugar de una imposición.

Por ejemplo, si incorporas el aprendizaje en línea en las evaluaciones del rendimiento, darás más control al empleado y todo el mundo saldrá ganando:

la plantilla, la gerencia y la empresa.





Pegasus Logistics consigue una implicación del 100% en el aprendizaje

Has leído bien: Pegasus Logistics Group ha conseguido que todos y cada uno de sus empleados usen su plataforma de aprendizaje. ¿Cómo? Incorporaron un plan de desarrollo individual junto con el contenido de LinkedIn en su proceso de evaluación del rendimiento. Los empleados se reúnen con sus gerentes para definir sus objetivos profesionales y *comprometerse* a adquirir las aptitudes necesarias para llegar a ellos. Lo que empezó como un ejercicio que se hacía un par de veces al año es ahora una oportunidad continua para los empleados y la empresa. Los gerentes y equipos repasan el plan de desarrollo cada dos semanas en sus reuniones individuales para fomentar el debate, supervisar el progreso y cerciorarse de que todo el mundo esté logrando sus objetivos.



«Nuestro recurso más valioso es nuestra gente. Si cuidamos de los empleados, ellos cuidan del negocio».

Candace Gouge

Especialista en desarrollo de liderazgo, orientación y cultura empresarial, Pegasus Logistics

¿Sabías que...?

Menos de $\frac{1}{3}$

de los empleados estadounidenses disfrutaban de las evaluaciones del rendimiento.

—LinkedIn

Cómo conseguirlo

01

Facilita plantillas

Ofrece una plantilla para los planes de desarrollo individual a los gerentes y a los empleados. Podrán usarlas en las evaluaciones del rendimiento y en las reuniones individuales continuas.

02

Consigue el apoyo

Para fomentar la participación, implica a los ejecutivos y a la directiva en el proceso. Crea plantillas de correo electrónico para que puedan enviar comunicaciones sobre formación fácilmente al equipo y programa reuniones frecuentes con ellos después de la implantación para hacer un seguimiento de los resultados del programa.

03

Anima a los gerentes a seleccionar contenido

Las personas con responsabilidad de gerencia pueden usar tu plataforma de aprendizaje en línea para seleccionar el mejor contenido según los objetivos de cada persona en su equipo. De este modo, los empleados pueden ponerse en marcha enseguida y demostrar sus progresos.

04

Da difusión a los casos de éxito

Pide a otros equipos, por ejemplo RR. HH., que recopilen los primeros casos de éxito. Difunde estas historias a través del canal más adecuado para tu empresa, ya sea el correo electrónico, el chat o las redes sociales internas. Destaca los casos individuales e incluye citas y el contenido de aprendizaje en cuestión.



El potencial de LinkedIn Learning: Con LinkedIn Learning puedes dar permisos de subadministrador a los gerentes para que seleccionen contenido didáctico y configuren recordatorios para el equipo. Nuestro catálogo ya ofrece más de 13.000 cursos para impulsar el desarrollo de los empleados. Y vamos a por más.

3. Formación de nuevos gerentes

Inculca buenos hábitos de aprendizaje

La formación de nuevas personas con responsabilidades de gerencia es la ocasión ideal para animarlas a adoptar buenos hábitos de aprendizaje que repercutirán en los equipos que dirigen. Valora un modelo de formación mixto, con contenido en línea que complemente las sesiones presenciales. Esto permitirá que los nuevos gerentes se familiaricen con la plataforma y entiendan mejor su importancia en el desarrollo profesional de su equipo.



JUST EAT

Just Eat renueva la formación de sus nuevos gerentes con especial hincapié en el aprendizaje

El equipo de formación y desarrollo de Just Eat recibe cada vez más peticiones de formación por parte de los gerentes millenials. Para dar respuesta a las necesidades de los más jóvenes, la empresa decidió renovar su formación de nuevos gerentes, incluidos nuevos protocolos generales de gestión, como las reuniones individuales con las personas a su cargo. Los nuevos gerentes querían desarrollar las aptitudes interpersonales necesarias para afrontar su nuevo puesto. El equipo de formación y desarrollo optó por un modelo mixto, con contenido como **Primeros pasos para nuevos jefes** y **Gestión de equipos mediante misiones, objetivos y resultados clave**, que orienta a las personas con responsabilidades de gerencia antes y después de las sesiones presenciales. Y eso no es todo: después de haber probado las ventajas por sí mismos, estos nuevos gerentes han pedido que sus equipos también tengan acceso al contenido.



«La formación debe reflejar la realidad de la empresa para que no sea una herramienta aislada, sino que forme parte de la estrategia global de la gestión de personal».

Tania Formosa

Responsable de proyectos, cultura y experiencia de los empleados, Just Eat

¿Sabías que...?

70%

Según Gallup, la implicación de los empleados en su formación depende en un 70% de los gerentes.

—LinkedIn

Cómo conseguirlo

01

Pide opinión

Habla con los nuevos gerentes antes de su formación. ¿Cuáles son sus inquietudes? ¿Qué les interesa aprender? ¿Qué aptitudes echan en falta? Prepara contenido de aprendizaje en línea en función de sus necesidades para ayudarlos a enfrentar esta nueva etapa.

02

Controla el progreso y no dejes que el ritmo decaiga

Haz un seguimiento del uso que hacen los nuevos gerentes de tu plataforma de aprendizaje. Envía correos electrónicos para animarlos a seguir con los cursos en línea.

03

Provoca un efecto dominó

Anima a los nuevos gerentes a integrar la formación continua en su estrategia. Pueden transmitir lo que han aprendido a sus equipos y asignarles contenido que fomente el desarrollo individual.

04

Crea un foro

Ofrece a las personas con responsabilidad de gerencia un espacio donde plantear sus dudas, ofrecer recomendaciones y compartir sus logros, ya sea de forma virtual o presencial.

05

Impulsa la responsabilidad

Organiza reuniones con los gerentes una vez al mes o al trimestre, lo que más convenga a tu empresa. Comprueba con las personas nuevas los objetivos clave, como la implicación de los equipos y de ellas mismas.



El potencial de LinkedIn Learning: Con más de 400 cursos sobre gestión y liderazgo impartidos por expertos, LinkedIn Learning dispone de todo el contenido que los nuevos gerentes necesitan para triunfar.

4. Movilización de los gerentes

Haz partícipes a la gerencia para personalizar el aprendizaje

Las cifras no engañan: la mejor forma de implicar al alumnado es empezando por la gerencia. Según el [informe de LinkedIn para 2018 sobre formación en el lugar de trabajo](#), dos tercios del alumnado dedican más tiempo al aprendizaje si sus gerentes también participan. En el apartado anterior hemos visto formas de incorporar el aprendizaje en la formación inicial para nuevos gerentes. Aquí te mostramos cómo implicar a los gerentes que ya trabajan en la empresa.





ServiceTitan

El equipo de formación y desarrollo de ServiceTitan consigue un NPS de 90 por parte de la gerencia

Conscientes del papel fundamental que la gerencia tiene en el nivel de implicación del alumnado, el equipo de formación y desarrollo de ServiceTitan decidió recurrir a ella. Antes de nada, se reunieron con los gerentes (en Slack, en los pasillos, en grandes salas de reuniones y en breves sesiones semanales) para estrechar lazos y conocer mejor su día a día.

Después, se reunieron con la dirección de personal y la persona responsable de RR. HH. para crear un foro que permitiera a los gerentes debatir iniciativas clave de la empresa, acceder a recursos de formación y crear una comunidad. El programa incluye reuniones trimestrales organizadas por el equipo de formación y desarrollo donde se debaten las prioridades de la empresa y maneras de contribuir a la formación y el desarrollo. También se invita a la gerencia a contar sus logros a los demás y se les imparte contenido de formación de 15 a 30 minutos. Para aprovechar la comunidad, crearon un canal de Slack llamado «learn2lead» donde los gerentes y el equipo de formación y desarrollo pueden publicar contenido de LinkedIn Learning y artículos del sector. Por eso no es de extrañar que los gerentes de ServiceTitan hayan puntuado los programas de formación y desarrollo con un NPS (Net Promoter Score) de 90.



«Es la primera vez que tengo un gerente que no solo se centra en mi puesto actual, sino que también entiende mi trayectoria profesional ideal y cómo debo formarme para avanzar en esa dirección».

Brendon Norton

Responsable de la satisfacción de los clientes, ServiceTitan

¿Sabías que...?

56%

de los empleados dicen que dedicarían más tiempo a la formación si sus gerentes les recomendaran un curso para perfeccionar sus aptitudes.

Cómo conseguirlo

01

Forja relaciones

Conoce a los gerentes e intéresate por sus preocupaciones y su opinión sobre la formación. Esto te permitirá crear programas para abordar los problemas y propiciar que los gerentes se conviertan en defensores del aprendizaje.

02

Difunde los logros

Comparte los casos de éxito de los gerentes, tanto si han aprendido o mejorado alguna aptitud como si han ayudado a alguien de su equipo a progresar o perseguir nuevos objetivos profesionales.

03

Explica la repercusión

¿Qué les aportan las iniciativas? Transmite a los gerentes cómo el aprendizaje repercute en su desarrollo y rendimiento, así como en el equipo que dirigen.

04

Fomenta el aprendizaje continuo

Asigna contenido a los gerentes para suplir cualquier carencia detectada durante el desarrollo de la relación o en las reuniones presenciales.



El potencial de LinkedIn Learning: Los permisos de subadministrador de LinkedIn Learning permiten a los gerentes asignar contenido y generar informes de actividad para motivar al alumnado y controlar su progreso.

5. Apoyo del equipo ejecutivo

ejecutivo

Anima a los ejecutivos a ser líderes de formación

Para crear una cultura que propicie la formación, es fundamental contar con el apoyo de la directiva. El equipo ejecutivo autoriza el tiempo de aprendizaje en horario laboral y promueve la cultura de formación. Además, puede impulsar un movimiento desde las altas esferas para que la gerencia dé prioridad a la formación en sus equipos.





Un mensaje de vídeo del director de operaciones dio lugar a un 94% de implicación

Econet Wireless quería crear una cultura de formación que permitiera a los empleados ser competitivos en el cambiante sector de las telecomunicaciones. Para cumplir esta promesa, la empresa comenzó a poner LinkedIn Learning a disposición de su plantilla. Pero no se limitaron a anunciar el estreno de LinkedIn Learning en el boletín mensual, sino que presentaron este nuevo recurso con un mensaje en vídeo de Fayaz King (director de operaciones) en el que decía «Tenemos que evolucionar perfeccionando nuestras aptitudes de cara al futuro» y animaba a los empleados a dedicar una hora a la semana a formarse *durante el horario laboral*.

Dos meses después del lanzamiento de LinkedIn Learning, el **94%** de los empleados ya usaba la plataforma, casi todos ellos al menos cuatro horas al mes.



«La labor es mucho más llevadera si cuentas con el apoyo de la directiva, como en nuestro caso. Está dando sus frutos y la gente está adquiriendo el hábito de aprender».

Tara Howard

Responsable de desarrollo, Econet Wireless

¿Sabías que...?

90%

de los ejecutivos dicen que la formación y el desarrollo es un beneficio necesario para los empleados.

—LinkedIn

51%

de los ejecutivos estarían dispuestos a llegar más lejos para promover la formación de los empleados.

—LinkedIn

Cómo conseguirlo

01

Explica el porqué

Para conseguir el apoyo de la directiva, habla en su idioma: cómo se traduce el desarrollo en resultados. Argumenta cómo la implicación en el aprendizaje puede contribuir a los objetivos generales del negocio.

02

Deja que las cifras hablen por sí solas

Recurre a sus indicadores clave (como la selección de personal, la movilidad y la fidelización de empleados) y presenta información del sector o tendencias sobre aptitudes para subrayar la importancia de la formación.

03

Sé flexible

Quizá los ejecutivos no estén listos para implantar un programa completo. Acepta empezar con un proyecto piloto o lleva a cabo un estudio interno para identificar las necesidades de cada equipo. Esto te dará argumentos para justificar iniciativas más ambiciosas.

04

Busca el compromiso

Si la directiva acepta invertir en programas de formación para los equipos, es muy importante llegar a un acuerdo sobre las «claves del éxito» y el compromiso en cuanto a la participación de los gerentes y el presupuesto necesario.



El potencial de LinkedIn Learning: LinkedIn Learning te permite cargar y publicar un mensaje en vídeo o contenido de aprendizaje personalizado de tu ejecutiva. Estos vídeos son internos y puedes asignárselos a toda la plantilla o solo a un grupo de empleados.

6. Rentabilidad

Define el rendimiento de la inversión

A la plantilla, gerencia y equipo ejecutivo les mueve el impacto en el negocio. A fin de cuentas, es más probable que dediques tiempo a la formación y a promover el aprendizaje si ves resultados tangibles. Piensa en los indicadores y las correlaciones que puedes utilizar para demostrar la importancia de la formación.





LinkedIn obliga a los gerentes de ventas a dedicar un 50% del tiempo a la orientación

La inversión del departamento de ventas mundiales de LinkedIn en formación ha dado grandes resultados. Todo empezó con un estudio que mostraba que los gerentes solo dedican un 10% a la orientación. Eso no podía seguir así. El equipo pensaba que un aumento de la formación y la orientación podía tener un efecto muy positivo en los resultados, así que obligó a los gerentes de ventas a emplear un **50%** del tiempo a formar a los empleados de su equipo. Los gerentes recibieron los materiales didácticos sobre cómo prepararse, cómo decidir los ámbitos en los que centrarse, cuándo asignar los recursos y cómo usar los datos de rendimiento para planificar cada sesión. Además de las sesiones obligatorias en directo, el departamento de ventas apostó por el contenido de LinkedIn Learning sobre orientación, lo que permitió que todo el mundo aprendiera a su ritmo y de forma flexible.



«Seguimos aprendiendo y puliendo el programa porque creemos que tiene una gran repercusión en nuestro negocio. Pero sobre todo, nos ha ayudado a fomentar una cultura de formación en el departamento de ventas».

Mike Gamson

Exvicepresidente sénior de LinkedIn Sales Solutions

26%

La iniciativa de LinkedIn dio lugar a un aumento de la consecución de objetivos en un **26%** y una mejora del **8%** en el rendimiento de los comerciales, un porcentaje menor de rotación y una mejora en las encuestas de satisfacción de empleados.

Cómo conseguirlo

01

Busca aliados

Habla con los ejecutivos de los distintos departamentos. ¿Quién busca un cambio positivo en su equipo? ¿Qué programas de aprendizaje podrían ayudarles con sus objetivos? ¿Están dispuestos a colaborar para conseguir el cambio?

02

Mide lo importante

Llega a un acuerdo sobre los resultados que realmente importan al equipo y los indicadores de progreso. Haz una evaluación antes y después del programa para sacar conclusiones.

03

Destaca los primeros logros

Identifica y da protagonismo a las personas que están obteniendo resultados inmediatos con los programas de formación. Estas historias pueden animar a los demás.

04

Haz que sea pertinente

Ofrece una formación adecuada y personalizada. Céntrate en los hitos individuales, como la próxima llamada sobre ventas o el plazo para un proyecto importante.

05

Apuesta por la comodidad

Combina sesiones en directo y contenidos en línea para ayudar a los empleados a aprender a su ritmo y sin plazos.



El potencial de LinkedIn Learning: LinkedIn Learning te permite saber qué cursos hace cada empleado para entender la relación entre el tiempo dedicado a la formación y los resultados de rendimiento.

7. Gamificación

Organiza competiciones amistosas

Plantea el aprendizaje en línea como un juego. Los empleados pueden aprender cuando y donde quieran, y tú podrás supervisar y compartir fácilmente el estado de la competición. Lo que empieza como una actividad divertida puede convertirse en un hábito de formación.





QiCard aprovecha el espíritu competitivo para lograr alumnos sobresalientes

Los empleados de QiCard que usan LinkedIn Learning dedican el doble de tiempo a aprender que la media del sector, y eso que los cursos ni siquiera están en su idioma. QiCard es la tarjeta de crédito nacional en Irak. ¿A qué se debe su éxito? A la gamificación. El equipo de formación y desarrollo de QiCard retó a los empleados a aprender todo lo posible y promocionó LinkedIn Learning como medio para perfeccionar su inglés y avanzar profesionalmente. Los empleados que terminan al menos 10 cursos reciben una carta de agradecimiento y una felicitación oficial de la directiva de QiCard. El uso de la plataforma se ha disparado y los alumnos sobresalientes han servido de ejemplo para el resto, ya que sus testimonios se han promocionado a través de correos electrónicos, vídeos y carteles por la oficina.



«[El concurso] ha multiplicado la implicación y las ganas de aprender».

Zainab Abdul Wadood

Responsable del equipo LMS de QiCard

QiCard ha creado incluso unos muñecos de cartón de los alumnos sobresalientes para celebrar la ocasión.

Cómo conseguirlo

01

Pon nombre al juego

Crea tu propio juego o propón la típica liga para ver quién completa más cursos en un plazo de tiempo determinado.

02

Elige el premio

¿Qué valoran más tus empleados?

Puedes hacer una encuesta para ver qué premio les atraería más (por ejemplo, una tarjeta regalo, una salida con el equipo o entradas para un partido).

03

Haz equipo

Promociona la competición con ayuda de otros departamentos y dales los recursos necesarios (por ejemplo, las reglas del juego, la frecuencia de reunión con los equipos o plantillas de correo).

04

Genera emoción

Una tabla de clasificaciones que todos puedan ver es una gran aliada. Ya sea para entrar en el podio o para no quedar en última posición, los empleados se animarán a participar.

05

Celebra los logros

Haz que los ganadores se sientan especiales. Elige un premio original, como los muñecos de cartón de QiCard, o algo más tradicional, como un correo de felicitación de un ejecutivo o un reconocimiento en toda la empresa.



El potencial de LinkedIn Learning: Con los informes descargables de LinkedIn Learning puedes crear una tabla de clasificaciones fácilmente. Y gracias a las funcionalidades de redes sociales, los empleados pueden ver quién está haciendo cada curso para tomar la delantera.

8. Marketing

Fomenta las ganas de aprender con campañas puntuales

Navidad, San Valentín, el Oktoberfest, la Copa Mundial de Fútbol, la vuelta al cole... Sea cual sea la ocasión, aprovéchala para promover la formación en la oficina.





Hilltop Securities utiliza el marketing puntual para promover la formación entre los empleados

Las dos personas del equipo de RR. HH. de Hilltop Securities solo dedican un **5%** del tiempo a la formación y al desarrollo, pero un **100%** de su alumnado objetivo (los comerciales) aprende en LinkedIn Learning. El consejero delegado está impresionado. ¿Su secreto? El marketing.

Entre otras iniciativas, llevan a cabo campañas puntuales como la «Vuelta al cole» en agosto o los «12 días de formación» en diciembre.



«Sabíamos que, aunque compráramos la mejor herramienta de formación del mundo, los comerciales no la usarían si no la promocionáramos».

Valerie North

Antigua socia sénior de RR. HH., Hilltop Securities



El equipo de formación y desarrollo de Hilltop Securities puso manzanas con un mensaje sobre la campaña otoñal en la cocina de la oficina.

Cómo conseguirlo

01

Haz llovias de ideas

Las campañas puntuales de marketing deben ser divertidas. Tu equipo y el resto de los empleados agradecerán los buenos ratos.

02

Busca en Google

Hay celebraciones para todos los gustos: el día internacional del perro, el día de los jefes, el mes del aprendizaje... Haz coincidir tus campañas con estas fechas señaladas o crea tu propio evento.

03

Combina lo físico y lo digital

Utiliza elementos físicos (como las manzanas de Hilltop Securities) para sorprender a los empleados y animarlos a aprender.

04

Desempolva los carteles

Los carteles de toda la vida no han pasado de moda, siguen en las calles anunciando pisos o conciertos. Úsalos para presentar tus campañas de marketing puntuales y crear un ambiente festivo en la oficina.

05

Plantéalo como un juego

Aprender divirtiéndose es posible. Sin ir más lejos, Hilltop Securities retó a los empleados a ver una serie de cursos sobre aptitudes de la «Vuelta al cole» (como la gestión del tiempo o la productividad) para ganar tarjetas regalo, días de vacaciones y otros premios.

Conclusión

¿Te animas a dar el paso? Todas estas estrategias te ayudarán a promover la formación. Combínalas de la forma que más te convenga y podrás llegar muy lejos.

Pero no olvides ir paso a paso. Empieza por lo más sencillo, por ejemplo, ¿te llevas bien con el consejero delegado? Si sabes que valora la formación de los empleados, empieza por la estrategia número 5: *animar a los ejecutivos a ser líderes de formación*. ¿Estás en proceso de renovar la gestión del rendimiento? Ponte manos a la obra con la número 2: *da más protagonismo a las personas*.

Cuando hayas sentado las bases y recojas los primeros frutos, podrás poner en marcha una nueva iniciativa para fomentar el aprendizaje.





LinkedIn Learning es una plataforma de aprendizaje que combina el amplio catálogo de Lynda.com (con más de 13.000 cursos impartidos por expertos) y la valiosa información de LinkedIn recopilada a partir de más de 600 millones de perfiles y un sinnúmero de interacciones. Estos datos te dan una perspectiva única e inmediata de cómo evolucionan los empleos, los sectores, las empresas y las aptitudes, lo que te ayuda a determinar las competencias que necesita tu empresa para triunfar. Además, permiten las recomendaciones de cursos para que los alumnos accedan a la formación más adecuada para ellos desde cualquier dispositivo.

Contacta con nosotros para descubrir cómo LinkedIn Learning puede impulsar tus iniciativas de desarrollo.

Entra en learning.linkedin.com.