Come misurare davvero l'efficacia dell'e-learning

Chiara Bandelloni - Project Manager

In breve

L'e-learning è oggi una leva strategica per lo sviluppo aziendale, ma la sua efficacia si misura solo se progettata fin dall'inizio con obiettivi chiari e valutata attraverso dati, feedback e osservazione dei comportamenti. Pubblicare un corso non basta: il vero valore emerge solo quando si verifica un impatto concreto sulle persone e sul lavoro.

Pubblicare un corso non basta: il valore arriva dopo

La pubblicazione del corso è solo l'inizio: senza misurazione dell'impatto, anche il miglior contenuto rischia di restare sterile.

Il corso è pronto, è stato pubblicato sulla piattaforma, i primi accessi sono partiti. Ottimo: ora viene la parte più importante, capire se funziona davvero.
Per molte aziende, la fase di post-pubblicazione è ancora un punto cieco, perché tutta l'attenzione è rivolta verso la produzione, la messa online e sulla parte estetica. La domanda fondamentale che spesso rimane in secondo piano è se sta generando un impatto reale. Misurare l'efficacia dell'e-learning non è un passaggio "in più", è parte integrante del progetto. È il modo per scoprire se le persone stanno davvero imparando, se mettono in pratica ciò che hanno appreso, se la formazione sta portando valore concreto all'organizzazione.
Senza questo passaggio, il rischio è quello di accumulare contenuti senza sapere quanto siano davvero utili.

Come si misura l'efficacia di un corso?

I numeri raccontano cosa è successo, ma solo il feedback autentico e l'osservazione sul campo rivelano se la formazione ha davvero trasformato il comportamento.

Ci sono vari modi per valutare se un corso sta funzionando, ma tutti passano da un mix tra dati e osservazione. Da un lato, ci sono i numeri: i dati forniti dalla piattaforma, come ad esempio i completamenti, i risultati dei quiz, il tempo speso e l'engagement. Sono utili perché forniscono una prima fotografia per capire se il corso viene seguito, se le persone arrivano alla fine, se riescono a superare le verifiche.

Questa, però, è solo la superficie.

Powerselling S.r.l. | All rights reserved | powerselling.it

Per andare più in profondità serve ascoltare chi ha partecipato. A volte basta un breve questionario post-corso, oppure una chiacchierata informale con alcuni colleghi.

Ciò che conta è raccogliere percezioni vere:
· Quanto è stato utile?
· Quale contenuto ha colpito di più?
· Quale parte ha lasciato perplessi?

Questo tipo di feedback qualitativo racconta molto più di un grafico, perché dice se il corso ha lasciato il segno oppure no. Infine, c'è l'osservazione sul campo. Se il corso aveva l'obiettivo di introdurre un nuovo processo o migliorare una competenza, allora la domanda è se sta cambiando qualcosa nel modo in cui le persone lavorano. Questo si nota nel tempo, nel comportamento, nella qualità del lavoro, nella velocità con cui si adattano a nuove situazioni.

È qui che si vede l'impatto reale della formazione.

L'efficacia va progettata prima non dopo

L'efficacia si costruisce a monte: senza obiettivi chiari e criteri di misurazione definiti in fase di progettazione, ogni valutazione rischia di essere solo un esercizio formale.

Un errore comune è pensare alla valutazione come qualcosa da fare dopo. In realtà andrebbe messa sul tavolo fin dall'inizio. Occorre progettare un corso con in mente già quali risultati si vogliono ottenere, come si misureranno e quali segnali si andranno a cercare. Solo così ha senso parlare di efficacia.
Per fare questo non servono strumenti complessi o report sofisticati, ma chiarezza. Serve sapere dove si vuole arrivare, cosa ci si aspetta che accada dopo il corso, e quali sono le evidenze che faranno capire che il corso ha funzionato.

Powerselling S.r.l. | All rights reserved | powerselling.it

Il valore della formazione non si valuta da quiz o certificati

L’apprendimento reale si riflette nei comportamenti, non nei punteggi: l’efficacia si misura nell’azione, non solo nella teoria.

Troppo spesso si confonde l’efficacia di un corso con la percentuale di risposte corrette in un test finale. Il punto fondamentale è che imparare non è solo ricordare nozioni, ma è cambiare atteggiamento, prendere decisioni migliori, sentirsi più preparati.
Questo tipo di cambiamento non si misura in percentuali, ma si osserva nelle riunioni, nelle telefonate, nel modo in cui una persona gestisce un cliente o risolve un problema.
Ecco perché l’e-learning, se ben progettato e seguito, può essere una leva formidabile a patto che venga valutato con consapevolezza e metodo.

Domande di riflessione

1. Quali metriche stai utilizzando per valutare l'efficacia dei tuoi corsi e-learning?
2. In che modo raccogli e utilizzi il feedback dei partecipanti per migliorare i contenuti?
3. Hai osservato cambiamenti concreti nel comportamento dei dipendenti dopo la formazione?
4. Come coinvolgi i manager nel processo di valutazione dell'e-learning?
5. Con quale frequenza aggiorni i tuoi corsi per mantenerli rilevanti e utili?

Powerselling S.r.l. | All rights reserved | powerselling.it