



LA FORMACIÓN E-LEARNING ES TU NUEVO CAMPO

Este artículo está dirigido a aquellos que trabajan ya haciendo formación presencial, y estáis en proceso de ampliar vuestros servicios con formación online.

Aunque el perfil puede ser increíblemente heterogéneo (desde academias de cualquier materia, escuelas de negocios...), las dudas y necesidades son bastante parejas.

Adelantamos que seguramente sois los que podéis sacar más provecho a este contenido porque soléis ser los que más partís de conceptos equivocados.

Por una razón muy simple: saber 'demasiado'. Si eres experto en formación presencial, conoces el sector, conoces el negocio, casi casi por inercia vas a tender a repetir aquello que sabes.

Y hay muchas diferencias, que debéis conocer. A nivel organizativo, docente, de cómo funciona el propio negocio. La gente con mucha experiencia termina asumiendo demasiadas cosas, porque las tiene interiorizadas.

Demanda creciente en E-learning

Es bastante habitual: es el propio alumno el que lo demanda. La formación presencial tiene su espacio (¡por supuesto!), pero obviamente quien necesita flexibilidad horaria o evitar desplazamientos no puede aportar mucho.

E incluso, si tienes la suerte de hacer cursos que sean demandados fuera de tu localidad, se convierte en la única posibilidad de llegar a estos alumnos. Seguramente en ese caso serán cursos muy especializados con poca oferta, o que seas un referente en ese curso, pero no es descabellado que alumnos de la otra punta de país puedan estar interesados en tus cursos.

E-learning como valor añadido

Quizás tus alumnos no te lo hayan pedido, sino que eres tú el que quieres dar un valor añadido a tu formación. Incluso si tus alumnos no te lo han demandado, no estaría mal que dieras tú el paso y les preguntases. El feedback es vital para conocer la realidad; si no, te podrías encontrar con la desagradable sorpresa de que tu competencia se te ha adelantado y te estás quedando atrás.

Siempre será estimulante para los alumnos tener más alternativas: tener posibilidad de acceder recursos online, hacer videoconferencias, tener la posibilidad de no perder ritmo si no pueden acudir a clase. Algo que puede distinguirte de tu competencia, y dar más opciones con cursos semipresenciales (blended elearning), que sean menos exigentes de horarios para tus alumnos con menos disponibilidad horaria. Hay que tener en cuenta que a tu alrededor puedes tener una cierta demanda de personas que no terminan por decidirse porque su ritmo de vida no es 100% compatible con asistir regularmente a clases establecidas.

Alcanzar un nuevo público

Cuando un centro de formación se plantea alcanzar un nuevo público objetivo, puede encontrarse con que impartir sus cursos en formato e-learning es casi una obligación para poder llegar a ese nuevo público.

Por ejemplo, cuando un centro de idiomas quiere entrar en el mundo de formación a la empresa. A día de hoy es muy difícil competir en este mercado si no ofreces también tus cursos en formato e-learning, debido a la necesidad de flexibilidad.

El problema es pensar en presencial

El mayor hándicap de los que llevan toda la vida haciendo formación presencial cuando se plantean hacer elearning es que tienden a copiar lo que ya saben.

Si tu única herramienta es un martillo, tiendes a tratar cada problema como si fuera un clavo.

Por eso hemos llamado a este apartado ‘pensar en presencial’ porque no deja de ser aplicar soluciones que ya se conocen a problemas nuevos. Problemas que en la mayor parte de los casos necesitan soluciones bien distintas.

Desarrollo y adaptación de contenidos e-learning

Se suele llamar virtualizar al proceso de pasar contenidos en formato presencial a formato online. Y tiene sus propias reglas: los alumnos estudian de forma distinta, la planificación del tiempo que emplean es totalmente distinta y hasta esperan cosas distintas.

No es complicado adquirir unos conceptos mínimos de las reglas que hay que seguir con los contenidos online, hay mucha información sobre el tema en internet, especialmente artículos en blogs. Para que conozcas las generalidades más básicas puede revisar nuestro artículo sobre creación de material formativo online.

Planificación de tiempos

Otra 'herencia' de la formación presencial es la tendencia a crear cursos que se desarrollan entre dos fechas concretas. Un curso que empiece el 15 de septiembre y termine el 15 de diciembre, por ejemplo. Es decir, crear cursos síncronos.

Volvamos a meternos en la piel y las necesidades de quien puede ser tu alumno. ¿Qué pasa si se va de vacaciones del 15 al 30 de septiembre? ¿Si tiene una operación programada? ¿Si es una época en la que en su sector tiene mucho trabajo? Sí, por supuesto que las formaciones síncronas en las que todos los alumnos estudian a la vez tienen su espacio.

Pero en muchos casos no deja de ser un enorme hándicap para atraer al alumno potencial, y un problema bastante grande de comercialización. Es muy difícil que alguien se matricule a un curso que empiece dentro de 6 meses, puesto que el que esté realmente interesado buscará alternativas que pueda hacer antes. Y por otra parte, en cuanto empiece el curso, el posible alumno desechará la opción de matricularse porque el curso ya ha empezado. Será casi imposible matricular a alumnos en un curso que ya ha empezado. Por lo cual la ventana de comercialización es increíblemente estrecha. Sólo podrá comercializarse poco tiempo antes de que empiece. Si aún queda mucho tiempo, el posible alumno buscará otras opciones, y si ha empezado ya no se matriculará.

Por eso en muchos casos hay que pensar en la potencia de los cursos asíncronos en los que el curso comience en el momento en que el alumno se matricula, de forma que pueda matricularse en cualquier momento. El curso tendrá una duración determinada, pero cada alumno llevará su propio calendario dependiendo de cuando se matricule. Esta forma de trabajar rompe bastante los esquemas de las personas que están acostumbradas a trabajar en formación presencial, pero en muchas ocasiones es la única vía.

Es curioso ver como muchas plataformas de e-learning no contemplan esta opción, o al menos no de una forma sencilla. Te aconsejamos que al elegir tu plataforma te fijas en este punto en concreto, dependiendo de la idiosincrasia de tu negocio puede llegar a ser muy importante. Igualmente, también existe la tentación de calendarizar fuertemente los contenidos dentro del propio curso. Es decir, limitar el tiempo que el alumno dispone para estudiar cada módulo, o poner fechas máximas de realización de ejercicios o similares.

Uso de Videoconferencias en la formación online

Otra 'solución' que se plantean los centros presenciales casi sin excepción es estructurar sus cursos de forma y manera que sean lo más parecido a sus clases presenciales, con calendarios de videoconferencias que sustituyan a estas clases.

Pero lo que sobre el papel es una buena idea, no lo es tanto cuando se contrasta con la realidad. Resulta que el alumno que busca formación online precisamente lo busca porque quiere, o porque incluso necesita una cierta libertad. De horarios, de organización, de poder avanzar a su ritmo conforme su disponibilidad le permita.

Si la solución que damos es crear eventos síncronos, que les obligue a estar a ciertas horas ciertos días de forma continuada, nos encontraremos que, o bien terminan no matriculándose (porque a pesar de ser online sigue siendo exigente con sus horarios), o que al final vamos haciendo las videoconferencias, que son parte importante y casi principal del curso, pero resulta que un gran porcentaje de los alumnos no pueden asistir, con lo que se genera un gran problema.

Por ello lo más realista, en caso de utilizar videoconferencia, es utilizarla como complemento a la formación, de forma que exista la posibilidad de que el alumno pueda desarrollar el curso incluso no asistiendo. Como refuerzos voluntarios, a los que acudirán los alumnos que puedan, pero sin la obligación de someterse a un calendario continuo imposible para muchos.

Sí que hemos visto que plantear la formación como una serie de videoconferencias puede ser efectivo en algunos ámbitos; por ejemplo, en cursos para profesionales expertos, en los que la persona que hace la formación es una persona muy reconocible en el sector, y siempre pensando en que el número de videoconferencias sea bajo y se conozcan de antemano las fechas. Pero no tiene mucho sentido en el caso de que el curso sea generalista con alumno final o alumno de empresa.

Hay que tener en cuenta, y plantearse seriamente dentro del modelo de negocio, que, si un curso con un contenido determinado y un precio determinado ofrece un buen número de videoconferencias dentro de su programa, aunque no sean obligatorias, aquel alumno que vaya a tener difícil asistir a ellas casi inevitablemente va a tener un sentimiento de pérdida, pudiendo pensar perfectamente que no va a sacar provecho del curso.