

De online academy implementatie guide

Zo zorg je voor een soepele implementatie en snelle start!

Huper

Inhoud

Wat kun je van dit e-book verwachten	4
Een online academy voor je organisatie	5
Stap 1: Communicatie en draagvlak	6
Stap 2: Content	8
Stap 3: Integratie in IT landschap	11
Planning	12
Op naar een succesvolle academy	13
Wie zijn wij	14

Wat kun je van dit e-book verwachten?



De aanschaf en implementatie van een online leerplatform is tegenwoordig veel minder ingewikkeld dan vroeger. Toch is het niet iets wat je even snel tussendoor doet. Om te zorgen voor een soepele implementatie en een succesvolle academy is het goed om te weten wat er allemaal komt kijken bij de aanschaf, implementatie en lancering. We leggen de belangrijkste stappen in dit e-book uit.



STAP 1
Communicatie en draagvlak



STAP 2
Content



STAP 3
Integratie in IT landschap



Een online academy voor je organisatie

In onze 24/7-economie biedt een online academy voordelen voor zowel werknemers en cursisten, als voor organisaties. Dat is de reden dat online leren in een academy van de organisatie de afgelopen jaren een vlucht neemt. Een organisatie kan zijn werknemers op een betaalbare en efficiënte manier opleiden. Werknemers krijgen handige trainingen aangereikt die hun kennis en vaardigheden vergroten.

Voor veel medewerkers geldt dat ze meer onthouden van online aangeboden leerstof in vergelijking met klassikale trainingen. Dat is ook niet zo vreemd. Je kunt bij online leren de stof natuurlijk tot je nemen op momenten dat je scherp bent. Als je afdwaalt stop je even of je bekijkt een e-learning nog een keer.

Het implementeren van online academy in een organisatie is inmiddels heel eenvoudig en voordelig te realiseren. Toch zijn er een aantal factoren die het succes van de implementatie en het succes van je online academy bepalen. Waar moet je aan denken bij de implementatie? Hoe zorg je voor draagvlak en enthousiasme in je organisatie? Welk werk kun je gelijktijdig of voorafgaand aan je beslissingsproces rondom het systeem dat je gaat gebruiken al nemen?

In dit e-book nemen we de belangrijkste aandachtspunten met je door.



Stap 1: Communicatie en draagvlak

In elke organisatie heb je te maken met verschillende typen medewerkers. De enthousiasteling die dingen meteen oppakt en nieuwe systemen gelijk omarmt en ontdekt. Maar ook het meer afwachtende, of zelfs negatieve type.

Van die laatste groep hoor je vaker uitspraken als: 'Ik vind het aanbod niet interessant' of 'Ik heb geen tijd om ook nog te leren naast mijn werk'. Als je een online academy lanceert of overstapt op een nieuw online leersysteem, helpt het als je zoveel mogelijk mensen in de organisatie enthousiast maakt over het nieuwe platform. Daarvoor kun je een aantal middelen inzetten.

Inspiratiesessie

Denk bijvoorbeeld aan een inspiratiesessie aan het begin van het traject. Hierin nodig je collega's uit de hele organisatie uit om mee te denken over het nieuwe leerplatform. Hoe moet het werken?

Welke content vinden ze interessant en wat juist niet? Wat stimuleert ze om te leren? Hoe leren ze het liefst? Met betrekking tot het stuk over de content in je academy kun je zelfs nog een losse sessie organiseren. Neem hierin je eigen doelen en content mee, maar zeker ook content over meer algemene werkgerelateerde onderwerpen die voor een hele brede groep interessant zijn.

Door een combinatie van eigen organisatiespecifieke content en algemenere content te maken, stimuleer je uiteindelijk dat medewerkers regelmatig actief zijn in het platform. Zo leren ze de 'verplichte' kost, maar vinden ze dat minder erg als ze dat kunnen afwisselen met trainingen die ze vanuit eigen interesse aanspreken.

Ambassadeurs

Ook kun je een ambassadeursgroep oprichten. Deze groep bestaat uit collega's van verschillende afdelingen en waarvan je weet dat zij vernieuwing omarmen en anderen ook kunnen enthousiasmeren. Zij weten net wat meer van je online academy dan de 'standaard' gebruiker, waardoor ze anderen ook kunnen motiveren om ermee aan de slag te gaan.

Naamverkiezing

Een ander middel om draagvlak voor je academy te vergroten is het organiseren van een naamverkiezing. Verschillende onderzoeken wijzen uit dat wanneer je academy een pakkende naam heeft, het meer persoonlijkheid krijgt en verbondenheid opbouwt. Bovendien stimuleer je dan meteen de naamsbekendheid van je academy. Laat collega's ideeën voor de naam aandragen en organiseer vervolgens door middel van een poll een stemming op de ingezonden namen. Kun je elke naam kiezen die je wilt? Uiteraard, maar ons advies is om een niet te lange naam te gebruiken, maar een korte pakkende naam van maximaal twee woorden te kiezen, zodat iedereen het ook makkelijk kan onthouden. Let er daarbij ook op dat het goed uit te spreken is voor iedereen.

Updates

Heb je een keuze gemaakt voor een online leerplatform en ben je jouw academy aan het inrichten? Deel dan ook wat sneak previews met de organisatie. Denk hierbij aan schermopnames, printscreens en onderwerpen van e-learnings die ontwikkeld worden. Zo blijf je de academy continu onder de aandacht brengen en maak je iedereen enthousiast over de lancering.

Lancering

Besteed aandacht aan de lancering van je academy. Communiceer het op verschillende interne en externe kanalen en laat ook vooral veel beeld zien. Maak bijvoorbeeld een lanceringsvideo waarin je je medewerkers ook echt meeneemt in het platform. Of gebruik in je uitingen afbeeldingen die laten zien hoe de academy eruit ziet. Maak hierin ook zeker duidelijk waarom de academy er is. Wat hebben medewerkers én organisatie eraan?

Campagnes die ook altijd bijdragen aan een positieve lancering is het verspreiden van een passende gadget of het versturen van een kaartje naar alle medewerkers.



Stap 2: Content

Zonder content geen online academy. De inhoud van je academy is essentieel. Hiermee zorg je er namelijk voor dat je gebruikers terugkomen na hun eerste bezoek omdat ze enthousiast zijn over de content die ze in de academy kunnen vinden en wat ze kunnen leren. Belangrijk dus dat je hier veel aandacht aan besteedt.

Doelgroep

Voordat je van start gaat met het inventariseren of maken van content is het goed om nog even stil te staan bij je doelgroep. Voor wie is de content in de academy eigenlijk? Het antwoord 'medewerkers' is hierin vaak te beknopt. Wie zijn die medewerkers echt? Wat motiveert hen? Waar worden ze enthousiast van? Hoe willen ze leren en waarover willen ze leren? Hoe spreek je hen het beste aan?

En maak je content voor de hele organisatie of is er per afdeling wellicht andere content, zoals leiderschapstrainingen voor teamleiders of een onboardingsprogramma voor alle nieuwe medewerkers van de afdeling klantcontact? Als je deze zaken helder hebt, wordt het een stuk makkelijker om content te maken die uiteindelijk ook het gewenste effect heeft.

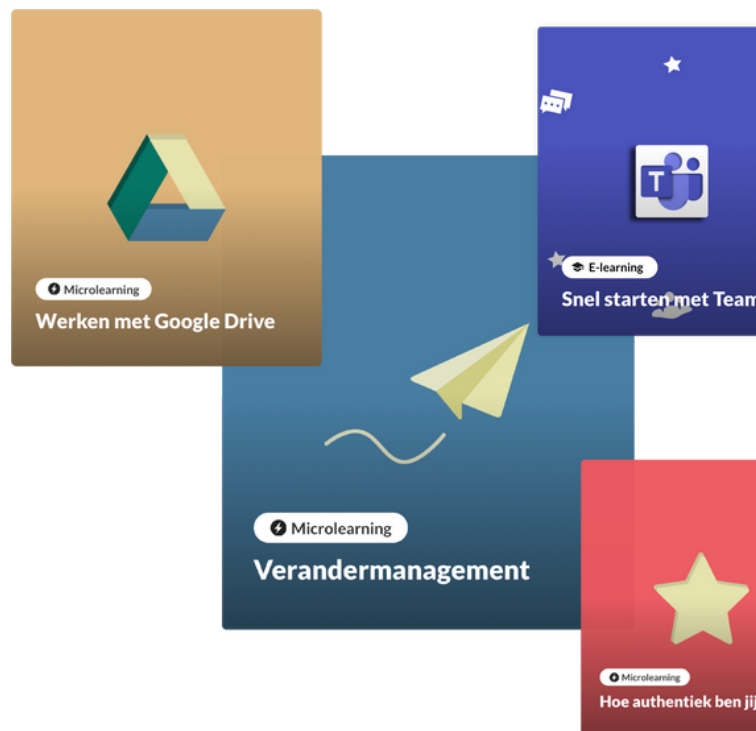
Inventariseren

Waarschijnlijk maak je nu gebruik van een andere manier van trainen, opleiden en informeren. Misschien heb je je content nu opgeslagen in documenten, powerpoints van fysieke trainingen of in syllabi. Inventariseer welke van deze content bruikbaar is in je online academy. Denk hierbij niet alleen aan bestaand trainingsmateriaal, maar bijvoorbeeld ook aan documenten die vaak rondgestuurd worden in de organisatie. Vaak zie je dit bijvoorbeeld gebeuren met inwerkprogramma's voor nieuwe collega's.

De inhoud van dat soort documenten is heel geschikt om straks in je academy toe te voegen. En misschien maak je nu al gebruik van een andere online leerplatform. Kijk kritisch naar de content die je daarin hebt staan en bepaal welke content je een-op-een overneemt, wat toe is aan een update en wat oud of niet meer relevant is. De start in een (nieuwe) online academy is het perfecte moment om schoon schip te maken.

Maken

Na je inventarisatie is het verstandig om met de projectgroep te bepalen welke content er nog ontbreekt en gemaakt moet worden. Gebruik hierbij ook zeker de input die uit de inspiratiesessies met collega's naar voren is gekomen. Maak afspraken over wie welke content maakt en wat de schrijfstijl en tone of voice wordt.



Veel content kun je alvast maken, ook voordat je toegang hebt tot je leerplatform. Creëer het in documenten en verzamel alvast afbeeldingen en (links naar) video's toe die je straks in je online academy wilt gebruiken. Het is altijd handig om de content te laten nalezen door een van de andere contentmakers, zodat je een extra check op toon en stijl hebt en alle content goed bij elkaar past.

Denk ook alvast na over de vormgeving. Hoe ga je ervoor zorgen dat je content er aantrekkelijk uitziet? Denk bijvoorbeeld aan het toevoegen van afbeeldingen, maar ook aan het gebruik van koppen in je teksten, zodat het goed scanbaar en prettig leesbaar is. Zodra je toegang hebt tot je academy, kun je zo direct beginnen met vullen.



Integreren

Veel organisaties hebben de behoefte om naast hun eigen, organisatie-inhoudelijke content ook meer algemene content toe te voegen.

Denk hierbij aan content over soft skills, interessante podcasts of video's van anderen of zelf het opleidingsaanbod van externe aanbieders.

Bepaal of dit voor jouw organisatie ook het geval is en ga vervolgens op zoek naar partijen die deze content aanbieden.

Goodhabitz is bijvoorbeeld een leverancier van een groot aanbod aan trainingen in soft skills. In de online academy van Hubper voeg je deze content door middel van een integratie heel gemakkelijk toe aan je bibliotheek. Ook hebben online leerplatforms vaak een eigen aanbod van meer algemene content.

Check in je oriëntatie of dit het geval is en of je daar gebruik van wilt maken. Het voordeel hiervan is dat je vaak al bij de livegang van je academie een heel goed gevulde bibliotheek hebt, waardoor iedereen snel van start kan met leren.

Ook waarderen medewerkers deze extra, niet organisatie-gerelateerde content, heel hoog en zorgt het ervoor dat ze gemotiveerd blijven om in het platform aan de slag te zijn. En heb je zelf nog content in andere leersystemen staan? Veel aanbieders van online academy's ondersteunen SCORM en LTI. Hierdoor kun je ook deze content heel makkelijk aan je nieuwe academy toevoegen.



Stap 3: Integratie in IT landschap

Uiteindelijk wil je straks een online academy waarin processen op het gebied van ontwikkeling in je organisatie automatisch geregeld worden en op elkaar afgestemd zijn. Bedenk daarom van tevoren ook goed met welke andere systemen jouw online academy straks moet kunnen 'praten'. Maak je bijvoorbeeld gebruik van een HR- of CRM-systeem dat je wil koppelen aan je academy, zodat nieuwe medewerkers automatisch toegevoegd worden en medewerkers die uit dienst zijn verwijderd worden?

Of zijn er andere systemen die input moeten leveren voor de academy op het gebied van gebruikers of content? Inventariseer, eventueel samen met IT collega's, welke plek de academy gaat krijgen in jullie IT landschap en werk alvast uit welke gegevens er uitgewisseld moeten worden. Dat zorgt ervoor dat ook dit onderdeel in de implementatie soepel verloopt.



Planning

Maak een duidelijke en haalbare planning. In deze planning zijn verschillende fases in je beslissingsproces zichtbaar en lopen sommige activiteiten ook parallel. Zo kun je de inspiratiesessie met collega's gelijktijdig aan je oriëntatie op verschillende leerplatformen laten lopen, zodat je tijdens demo's die je krijgt ook direct kunt toetsen of je daarin terugziet wat medewerkers verwachten. Vaak is er best wel wat tijd nodig om content te inventariseren en maken. Ook dit proces kun je eigenlijk al direct in gang zetten als je besloten hebt om een online academy aan te schaffen. Als je dan een keuze voor een online leerplatform hebt gemaakt, kun je al heel snel ook echt aan de slag met de academy.

Uit onze ervaring blijkt dat het totale proces - van oriëntatie op een platform, tot het maken van content en uiteindelijk de lancering van een online academy - gemiddeld zo'n zes maanden duurt. Wanneer je al een keuze voor een leersysteem hebt gemaakt, duurt het gemiddeld drie maanden om live te gaan met je academy.

Op naar een succesvolle academy



Overstappen naar een (nieuw) online leerplatform kan spannend zijn. Verandering brengt altijd wat stress en opwinding met zich mee. Maar als je de stap naar een online academy eenmaal gezet hebt, is het belangrijk om vertrouwen te hebben in het proces en ervoor te gaan. Hoe meer aandacht je jouw online academy geeft, hoe groter en waardevoller het kan worden.

En vind je het op sommige punten toch nog spannend en zenuwslopend? Weet dat wij als leverancier je door het traject heen begeleiden. Voor jouw organisatie is dit misschien de eerste keer dat je start met een online academy. Wij hebben dit proces al bijna 100 keer van begin tot eind doorlopen. We starten dan ook altijd met het opstellen van een implementatieplan, samen met jou. Hierin vind je terug wat de doelen van de academy zijn, hoe het proces eruit ziet en met welke factoren je rekening moet houden.

Onze customer success manager staat in dit implementatietraject altijd voor je klaar; het is een proces dat we compleet samen oppakken en waarin we je helpen door middel van bijvoorbeeld how-to artikelen, blogs en trainingssessies.

Met de info uit dit e-book kun je met een gerust hart starten met de aanschaf en implementatie van je online academie. Voor je het weet ziet iedereen de meerwaarde van het platform en zijn ze superenthousiast. Wil je meer weten over wat een online academy in Hubper kan betekenen voor jouw organisatie? Of hoe je kunt overstappen naar een nieuwe online academy? Neem contact met ons op via contact@hubper.co.



Wie zijn wij

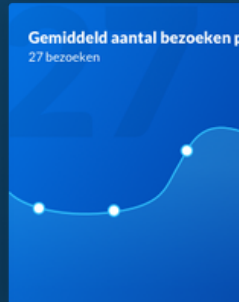
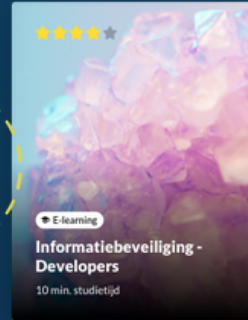
Wij zijn Hubper. Een jong technologiebedrijf dat werkt aan de beste online leeroplossingen. Wij bouwen elke dag aan het beste online leerplatform om leren slimmer en beter te maken. Dit doen we met ons platform & onze app waarmee dagelijks tienduizenden gebruikers aan de slag gaan met hun eigen ontwikkeling.

Voordat we in 2017 van start gingen met Hubper deden we veel ervaring op in het ontwikkelen van e-learning oplossingen in verschillende sectoren. We ontdekten dat e-learning platformen en technische oplossingen vaak onnodig ingewikkeld zijn. En dat bedrijven vaak gebruik maken van verschillende toepassingen en bronnen voor hun leeraanbod, zonder hierin complete vrijheid en overzicht te hebben. Dit kon anders.

Daarom begonnen we Hubper. Wij willen het beste online platform zijn om organisaties te laten ontwikkelen. Dit doen we door een platform te bieden waar je de ontwikkeling van medewerkers kan stimuleren, kennis kan delen en de groei inzichtelijk maakt. We verbinden leermiddelen en bronnen. We creëren een intuïtieve ervaring voor gebruikers en contentmakers. Het slim inzetten van data loopt als een rode draad door de architectuur van onze oplossing. Handige learning analytics maken het leren makkelijker, leuker en interactiever en geven managers waardevolle inzichten in hoe leerprojecten verlopen.

Ontvang een gratis demo

Wil je weten waarom al meer dan 150 organisaties voor de online academy van Hubper hebben gekozen? Bekijk ons online leerplatform van dichtbij tijdens een gratis demo!



[Demo aanvragen](#)

Ervaar onze online academy! We delen veel informatie op allerlei kanalen, maar het beste beeld van Hubper krijg je uiteraard in de academy zelf. Tijdens een demo nemen we je daar dan ook vrijblijvend en uitgebreid in mee.

Dit kun je verwachten van de demo:

- Sparren over de uitdagingen waarvoor jij een online academy wil inzetten in jouw organisatie
- We denken mee over of en hoe Hubper daarbij past
- Een uitleg van de voor jou belangrijkste functies van het Hubper platform
- Inzicht in de prijs & implementatie gebaseerd op jouw behoefte