

Vor der Einführung:

Unterstützung gewinnen und Interesse wecken

Für die erfolgreiche Einführung von LinkedIn Learning ist Vorbereitung das A und O. Wir zeigen Ihnen, wie Sie die Weichen richtig stellen.

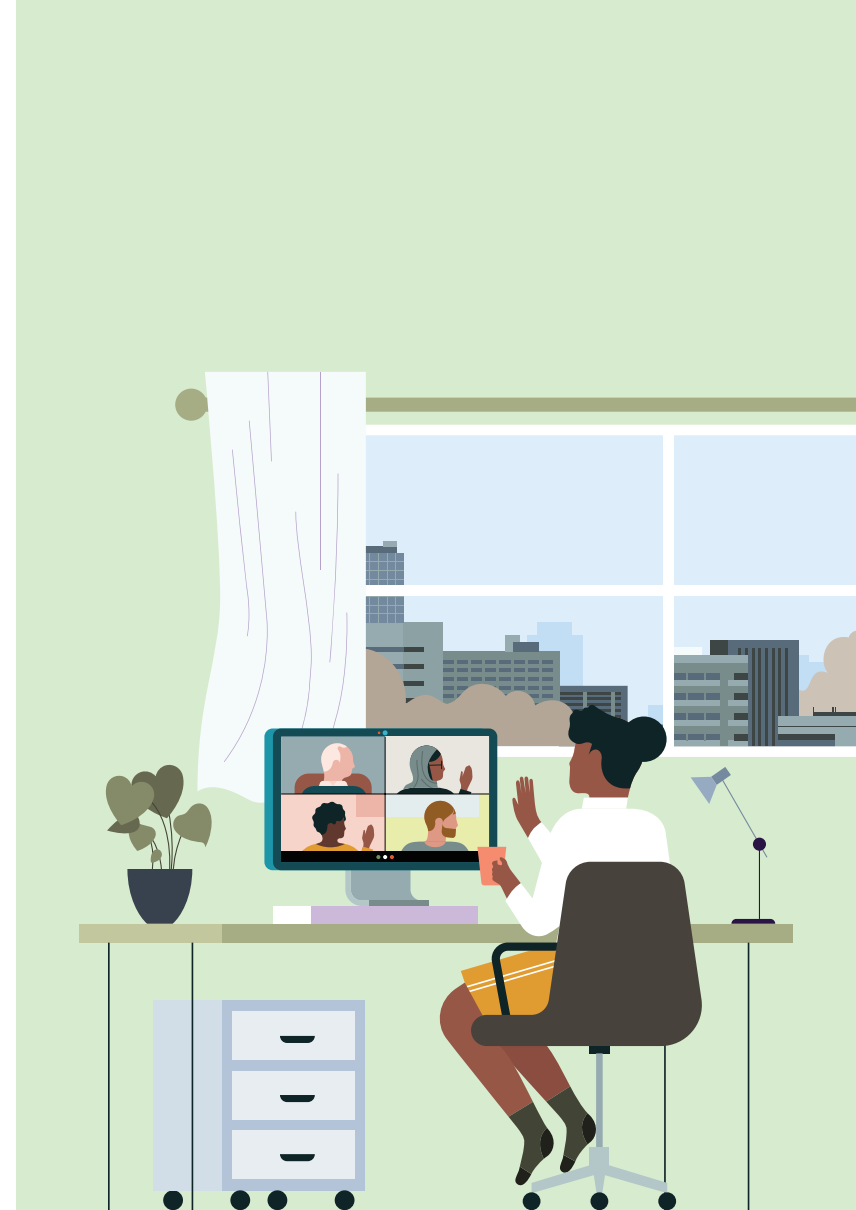


1. Unterstützung des Management und Projektpartner:innen gewinnen

Mit einflussreichen Fürsprecher:innen aus dem Top-Management an Ihrer Seite erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, Ihre Projektziele zu erreichen oder gar zu übertreffen, um fast 300 %.¹ Und die richtigen Partner:innen – zum Beispiel das interne Kommunikationsteam – helfen Ihnen, Awareness und Engagement bei den Beschäftigten zu steigern. Vor der Einführung von LinkedIn Learning gilt es also, die richtigen Personen mit ins Boot zu holen.

- [Diese Vorlage](#) unterstützt Sie dabei, potenzielle Fürsprecher:innen und Partner:innen sowie deren Verantwortlichkeiten zu identifizieren– sowohl vor der Einführung als auch im weiteren Verlauf.

¹ Quelle: <https://www.prosci.com/resources/articles/change-management-best-practices>



2. Einen Kommunikationsplan für die Einführung entwickeln

Bitten Sie Ihr zentrales oder lokales Kommunikationsteam, Sie bei der Entwicklung und Umsetzung Ihres Kommunikationsplans für die Einführung von LinkedIn Learning zu unterstützen. Ihre Kolleginnen und Kollegen kennen Ihre Zielgruppe und können Ihnen helfen, die wirksamsten Kommunikationskanäle zu identifizieren und Ihre Ansprache so zu gestalten, dass sie möglichst viele Beschäftigte überzeugt.

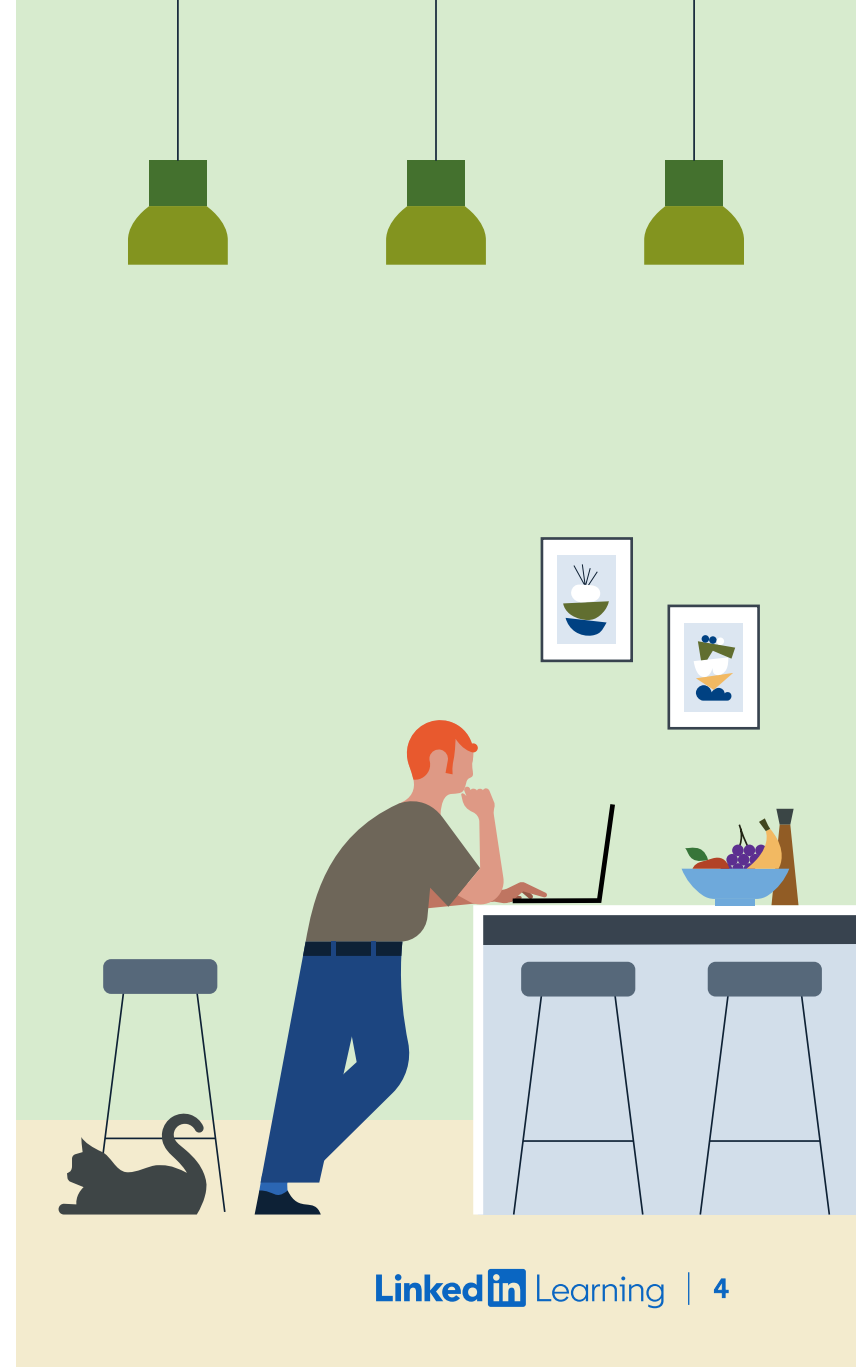
- Mit dieser individuell anpassbaren Planungsvorlage können Sie Ihren Kommunikationsplan skizzieren.



3. Mit einer Teaser-Kampagne Awareness schaffen

Mit einer Teaser-Kampagne wecken Sie die Neugierde der Beschäftigten. Nutzen Sie dafür die Kanäle, die Sie in Ihrem Kommunikationsplan identifiziert haben. Wissen Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Beispiel, dass sie demnächst Zugriff auf über 16.000 von Expertinnen und Experten geleitete Kurse haben? Sicher möchten sie mehr darüber erfahren.

- Mit diesen veränderbaren Promotion-Assets und Kampagnenkalendern können Sie eine Teaser-Kampagne für die ausgewählten Kanäle entwickeln.



4. Sub-Adminrechte erteilen

Um das Interesse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu steigern, können Sie ausgewählten Personen Sub-Adminrechte erteilen, etwa Weiterbildungspartner:innen und Lernchampions, Teamleiter:innen und anderen Vorgesetzten. Diese können dann auf LinkedIn Learning Inhalte verwalten, auswählen und empfehlen, Gruppen erstellen, Lizenzen zuweisen und Berichte ansehen.

- [Hier erfahren Sie](#), welche Sub-Adminrechte es gibt und wie Sie diese zuweisen.
- Mit dieser [veränderbaren E-Mail-Vorlage](#) erinnern Sie die Sub-Admins an die ihnen zugewiesenen Rechte und laden Sie ein, diese zu nutzen.

