

開始: 告知や招待で 学習者を盛り上げる

大々的な告知から個人宛の招待状まで、強力なPRで最初からエンゲージメントを図ります。



メールでの招待状で

50%

アクティベート率増



開始

1. 招待メールを学習者へ送付

LinkedInラーニングへのアクセスのきっかけとして、招待メールが最も有効です。LinkedInラーニングに別のプラットフォームからのアクセス方法があったとしても、学習者のアクティベートを50%も増やす招待メールを送らない手はありません。

- このページの手順に従いCSVファイルの学習者リストをアップロードして、招待メールとLinkedInからのお知らせを配信します。アクティベートしていない学習者には、1クリックで再送信します。
- サンプルメール1かサンプルメール2を使って、組織の学習者全員にL&Dチームかエグゼクティブスポンサーから招待メールを送ります。SSOに対応している場合は、会社の招待リンクまたはSSOへのリンクを含めます。
- 招待リンクの共有。L&Dニュースレターなど、既存の社内メールにSSOがある場合は、ピープルマネージャーにチームへのアップデートメールを通したシェアを依頼します。

開始

2. 社内チャネルやミーティングを活用して認知度を高める

学習者が定期的に利用する社内チャネルから、LinkedInラーニングへのアクセス方法を周知させ、学習を始める意欲を与えます。

- 全社会議など大規模な集まりの場で、エグゼクティブスポンサーからLinkedInラーニングを紹介してもらいます。
- カスタマイズ可能なPR素材 を活用し、Microsoft TeamsやSlack、L&Dなどイントラネットのページに投稿します。
- テンプレート を使ったメールで、学習チャンピオンに目標や好きなコースを組織内のメディアや会議の場でシェアしてもらい、同僚のやる気を促して学習仲間になりたい人を増やします。

開始

3. コンテンツのキュレーションと学習者への割り当て

組織の優先度に合わせ、最も高いニーズと関連性のあるコンテンツを厳選し、各部署の責任者にチームレベルで同様の作業をしてもらいます。

- [トップコンピテンシーのコンテンツマップ](#) (英語) から、会社が学習者に求めるスキルに最も関連性のあるコースを見つけます。
- [コースの提供](#) または[カスタムコンテンツのアップロード](#)。LIL Hubライセンスを所有する場合、指導者とのトレーニング前の予習として使用できます。
- [LinkedInラーニングコースの使い方](#)を新入社員や現在の学習者に提供します。