

LinkedInラーニング

マーケティング& コミュニケーションガイド



はじめに

エンゲージメントを促進 させるツールと戦略

LinkedInラーニングの各段階を通じて学習者のエンゲージメントを強化するためには、正しいマーケティングとコミュニケーション戦略が不可欠です。的確な計画のもとでチャンピオンやステークホルダーを選抜して引き入れ、学習者の気持ちを掴むプロモーションを実行しなくてはなりません。

このガイドではLinkedInラーニングで組織が進むそれぞれのステージにおいて、コミュニケーション戦略の構築に関するノウハウをご紹介します。また、その中で必要な計画設計、PR、ステークホルダー管理のための簡単な事例やテンプレートもご用意しています。関連性の高いところからご覧いただいで構いません。早速始めましょう。



目次

開始前:

チャンピオンを特定し、期待感を盛り上げる 4

1. エグゼクティブスポンサーとプロジェクトパートナーの決定
2. コミュニケーション計画の策定
3. 予告キャンペーンで周知と期待を図る
4. サブ管理者の作成

開始:

告知や招待で学習者を盛り上げる 9

1. 招待メールの送付
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
3. 学習者へコンテンツのキュレーションと割り当て

開始後:

組織に学習文化を築き、定着させる 13

1. パフォーマンス管理に学習を
組み込み、重要性を強化
2. 新コンテンツを提案して常に学ぶよう導く
3. キャンペーンで自発的な意欲を高める
 - 3.1 意義ある活動のための学習を発足
 - 3.2 季節ごとにテーマを決めたキャンペーン計画の策定
 - 3.3 ゲーミフィケーションの活用
 - 3.4 ランチ兼学習会の開催
 - 3.5 「今月の学習者」キャンペーン
4. 戦略がもたらすインパクトの評価

テンプレートとリソースまとめ 20

開始前:

チャンピオンを特定し、 期待感を盛り上げる

万全の事前準備で基盤を整え、LinkedInラーニングの
スタートを成功に導きます。



開始前

1. エグゼクティブスポンサーとプロジェクトパートナーの決定

頼もしいスポンサーがいることで、プロジェクトの目標達成あるいはそれ以上の成果を得られる可能性が300%近く高まります。¹ また、社内交流担当チームなどクロスファンクショナルなパートナーがいれば、学習者に対して認知度を高め、エンゲージメントを向上させることに一役買ってくれるでしょう。開始前に心強い味方を確保してください。

- ・ 開始前、そしてその後を支えるスポンサーとパートナーの役割計画に役立つテンプレートを活用

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



開始前

2. コミュニケーション 計画の作成

内部に交流担当チームがある場合は、コミュニケーション計画の構築と実行に加わってもらいましょう。ターゲットと効果的なコミュニケーションを図ることが重要なため、本業の彼らにチャンネル選びやインパクトのあるメッセージ作りをサポートしてもらいましょう。

- ・ カスタマイズ可能な計画テンプレート にコミュニケーション計画を記入して活用

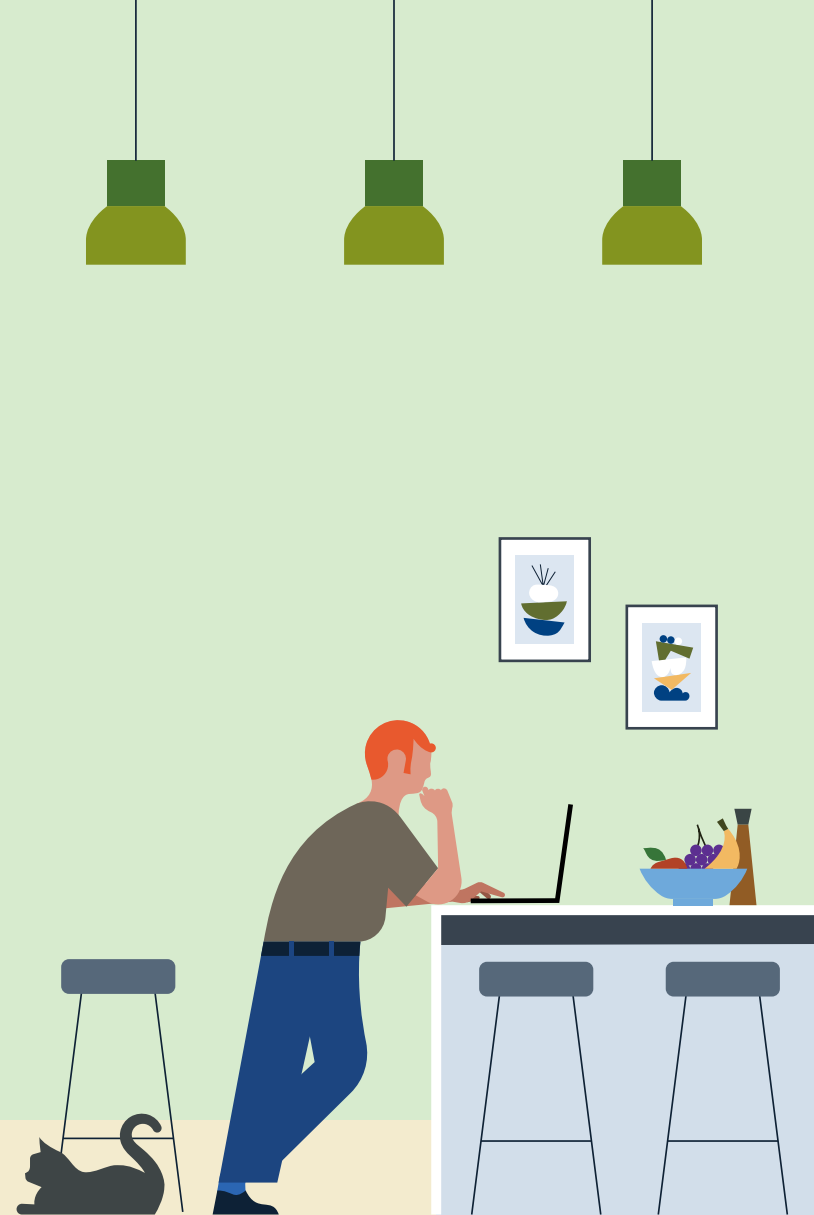


開始前

3. 予告キャンペーンで 周知と期待を図る

コミュニケーション計画で決めたチャネルから予告キャンペーンを打ち出し、期待感を盛り上げましょう。学習者たちにとって、現役プロたちによる16,000以上のコースへの扉が開かれる、最高にワクワクする時間の始まりです。

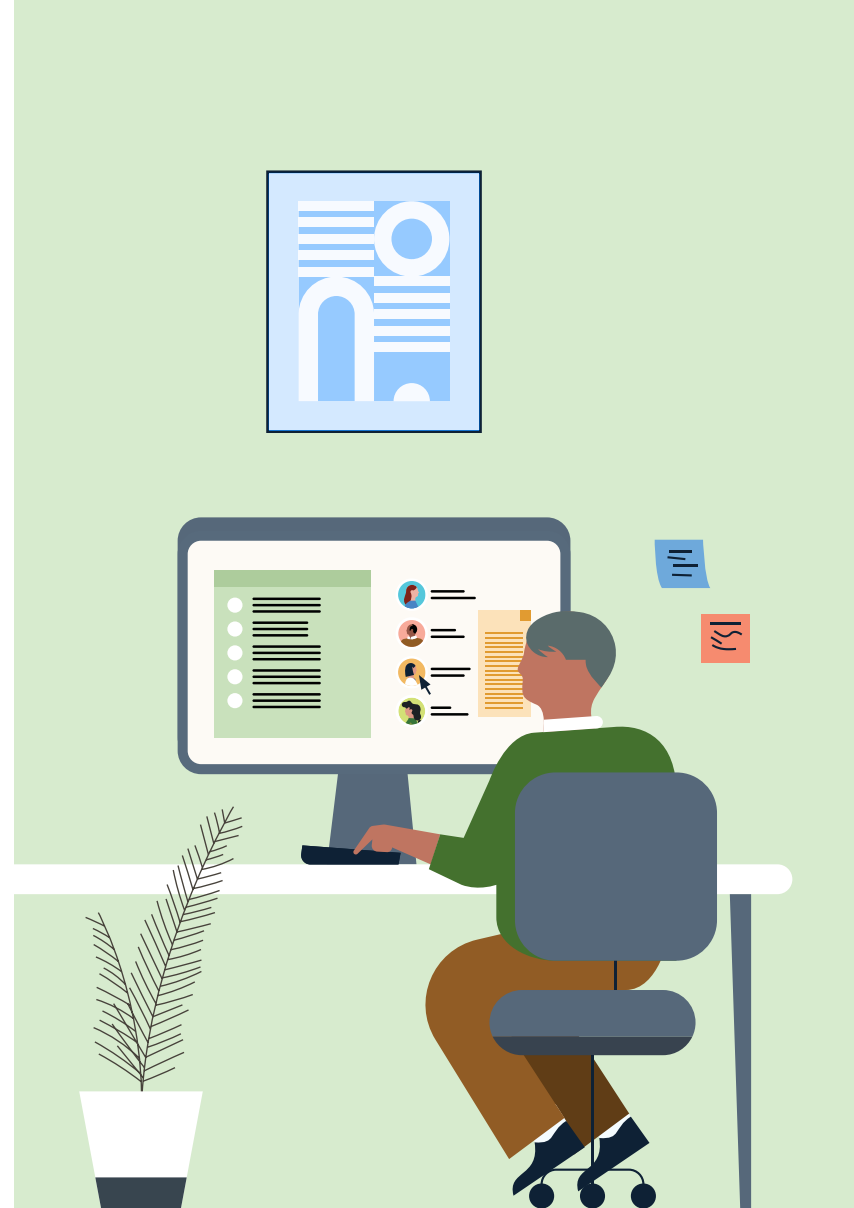
- ・ カスタマイズ可能なPR素材&キャンペーンカレンダーを活用して、
選択済みのターゲットチャネルの予告キャンペーンを作成



4. サブ管理者の作成

LinkedInラーニングのユーザーにコンテンツの管理、キュレーション、提案やグループ作成、ライセンス付与、レポートの閲覧が可能になるサブ管理者権限を与えることができます。学習チャンピオン、チームリーダー、ピープルマネージャーなど、学習者のエンゲージメントに関わる人たちに権限を与えてください。

- ・ サブ管理者権限と割り当て方法の詳細については、[こちら](#)をご覧ください。
- ・ [メールテンプレートをカスタマイズ](#)して、サブ管理者に権限の活用を促します。



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。

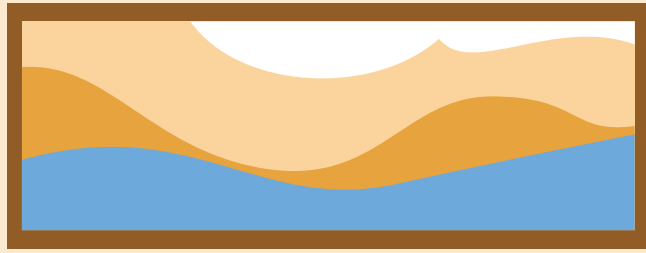


開始

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。



開始後:

組織に学習文化を 築き、定着させる

学習習慣を深く根付かせるためにできることをご紹介します。
関連コンテンツを提案する、エンゲージメントを高める、学習
習慣が長続きするよう促すなどして、キャリア成長における学
習の意義を理解してもらいましょう。



1. パフォーマンス管理に 学習を組み込み、 重要性を強化

目標を文字に起こして取り組めば、達成率が**42%**も上昇します¹。成果報告の際にピープルマネージャーがスキル習得について話を持ち出し、計画の一環として学習目標の設定を奨励しましょう。

- ・ 5つのステップ に従い、マネージャーが学習をパフォーマンスレビューの中心に置くように導きます。
- ・ 社内チャンネルで投稿をシェアする際にテンプレート を利用して、学習目標の設定を奨励します。
- ・ ここに記載された説明事項 を学習者とシェアし、LinkedInラーニングプラットフォームで学習目標を設定します。

¹出典: <http://mmb-s3.s3.amazonaws.com/2015/11/goals-study-gail-matthews.pdf>

²出典: Survey of 600 LinkedIn Learning Learners, August 2020

目標に向かうこと
が最もやる気になると

62%

が回答²



2. 新コンテンツを提案して常に学ぶよう導く

おすすめコンテンツを定期的にシェアします。変化と進化を続ける個人の役割、働き方、そして組織の優先事項に応じて直面する新たな課題をサポートします。

- ・ [最新のコース \(英語\) はこちらから](#)。チームリーダーまたは学習者と直接シェアします。
- ・ [テンプレート](#)を活用してL&D、チームリーダー、学習チャンピオンによるおすすめのコースや関連情報のニュースレターを定期的に配信します。
- ・ 定例会議の場で、学習チャンピオンやマネージャーから注目のコースやラーニングパスの話をしてもらいます。

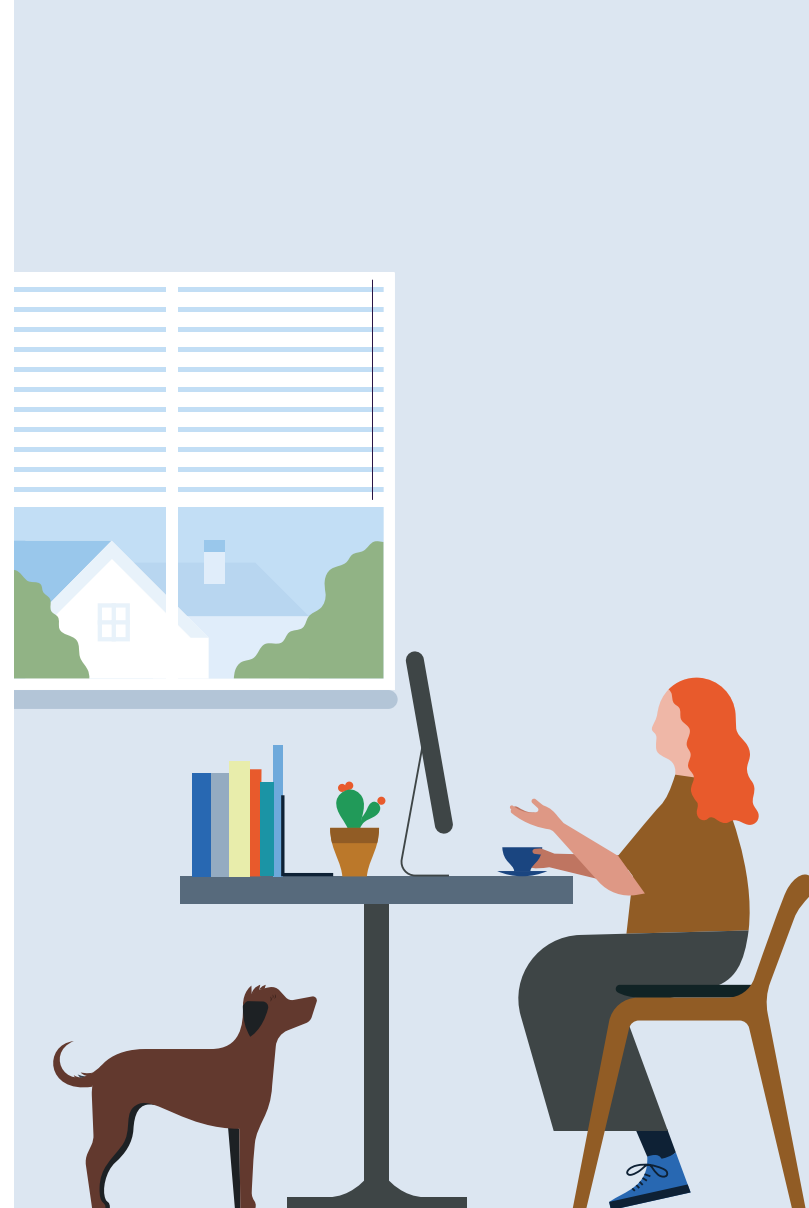


開始後

3. プロモーションキャンペーンで学習者のエンゲージメントと意欲を高める

テーマごとの学習イベント、ランチ兼学習会、ソーシャルインパクトプログラムなど、学習者とコミュニティ両方のメリットになるキャンペーンを展開し、注目を集めることで学習意欲や習慣付けのきっかけにします。

[プロモーションリソースページ](#) [はこちら](#)。最新のアイデアやPR素材、計画テンプレートを探し、キャンペーンに活用しましょう。



開始後

3. プロモーションキャンペーンで学習者のエンゲージメントと意欲を高める

意義ある活動のための学習を発足

社員の成長と組織の社会活動を結び付け、学習者の意欲と社会貢献の両面から盛り上げます。

- [ステップガイド](#)でキャンペーンを開始します。
- [Allianz社の事例](#)- 学習者のエンゲージメントが2万6,000時間以上増加しました。



季節ごとにテーマを決めたキャンペーン計画の策定

国内外の行事カレンダーから周知度の高いイベントを特定し、季節ごとのテーマとなるキャンペーンを展開します。そのテーマが持つ既存の周知度と熱意を活用しましょう。

[テンプレートはこちら](#)から。どんなキャンペーンにもカスタマイズ可能です。

- 1月の新年の抱負キャンペーンで学習目標を立て、学習習慣を身に付ける
- バレンタインはラーニングに夢中キャンペーンでバレンタインの盛り上がりに乗る
- または、母の日、父の日などに、ワークライフバランス関連のコースをPRし、テーマをさらに絞ったキャンペーンを展開する

ゲーミフィケーションの活用

ゲーム的な学習イベントを開催し、組織全体またはチームレベルで競争心を煽り、学習意欲につなげます。

- [ゲーミフィケーションガイド](#)をゲームのアイデアやインスピレーションの参考にしてください。
- エグゼクティブスポンサーや学習パートナーにゲームへの参加またはゲームのリーダーになってもらい、参加を後押ししてもらいましょう。
- 季節ごとのキャンペーンと連動した学習イベントのリーダーボードを作り、個人またはチームの学習意欲を称えます。

開始後

3. プロモーションキャンペーンで学習者のエンゲージメントと意欲を高める

ランチ兼学習会の開催

L&Dやリーダーが連続的にランチ兼学習会（オンラインまたは対面式）を企画し、学習周りの機運を高めます。逆に、学習チャンピオンや他の社員がランチ兼学習会を開催するよう促すのもお勧めです。

- ・ シニアリーダーやそのテーマのプロなどを講演者として招くこともできます。
- ・ コースやラーニングパスのテーマに沿って、参加者がその場で議論する「コース別クラブ」を用意します。
- ・ [ランチ兼学習会のスケジュール例](#)を参考に、テーマを考え会社の課題に沿って調整してください。サーベイを実施し、テーマや講演者を問うのも一つです。

「今月の学習者」キャンペーン

毎月、キャリアの成長につながるLinkedInラーニングを最も活用した社内学習者にスポットを当て、そのインタビューを社内コミュニケーションチャンネルでシェアします。

- ・ [質問のサンプル](#)を使用または参考にして、質問を作成します。
- ・ 回答者のスマホでインタビューの様子の撮影や、ビデオ会議を使ったインタビューを録画するなど、動画を活用し学習者の注目を集めます。

92%

学習後のグループディスカ
ッションへの参加希望者
の割合¹



¹出典: Survey of 600 LinkedIn Learning Learners, August 2020

4. 戦略がもたらす インパクトを評価

LinkedInラーニングの詳細レポートと定性データから学習者の動向を把握し、実施したコミュニケーション戦略とプロモーションキャンペーンを評価します。評価で学んだことを、今後の戦略に活かしましょう。

- **コース (英語) を視聴**し、LinkedInラーニングのレポート機能について確認します。
- LinkedInラーニング開始3~6ヶ月後に、インパクトを計るための学習者サーベイを実施



テンプレートと リソースまとめ

ガイドに掲載した全てのテンプレートとリソースの他、便利な素材もまとめてあります。



計画用テンプレート

- ・ [パートナーまたはスポンサーの役割と責任テンプレート](#)
- ・ [カスタマイズ可能な計画テンプレート](#)
- ・ [カスタマイズ可能な計画テンプレート \(Excel版\)](#)
- ・ [トップコンピテンシーのコンテンツマップ \(英語\)](#)
- ・ [ランチ兼学習会テンプレート](#)



PR用テンプレート

- ・ [カスタマイズ可能なPR素材&キャンペーンカレンダー](#)
- ・ [サブ管理者権限メールテンプレート](#)
- ・ [招待メールの例1](#)
- ・ [招待メールの例2](#)
- ・ [学習チャンピオンメールまたはニュースレターテンプレート](#)
- ・ [月間最優秀学習者への質問例](#)

ベストプラクティスとその方法

- ・ [サブ管理者権限と割り当て方法](#)
- ・ [CSVアップロードによる招待メール](#)
- ・ [招待リンクの共有](#)
- ・ [コースの割り当て](#)
- ・ [カスタムコンテンツのアップロード](#)
- ・ [LinkedInラーニングスタートガイド](#)
- ・ [マネージャーにパフォーマンスレビューで学習を重視してもらうための5つのステップ \(英語\)](#)
- ・ [学習目標の立て方](#)
- ・ [LinkedInラーニングコース新着情報 \(英語\)](#)
- ・ [キャンペーンを開始するためのヒント](#)
- ・ [キャンペーンを実施したAllianz社のケース](#)
- ・ [ゲーミフィケーションガイド](#)
- ・ [LinkedInラーニングのレポートと統計](#)