

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 (英語) 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。

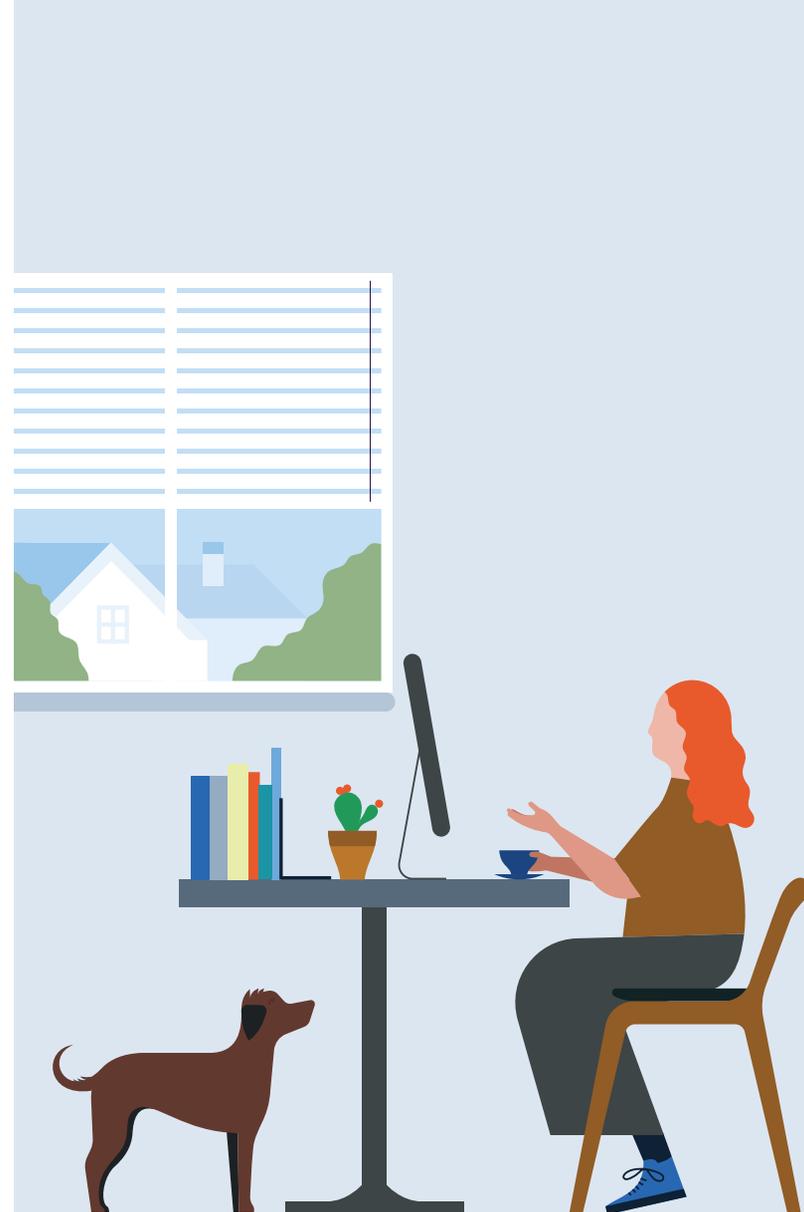


開始後

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。



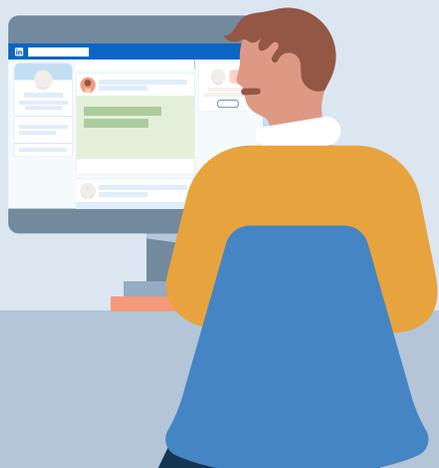
開始後

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。

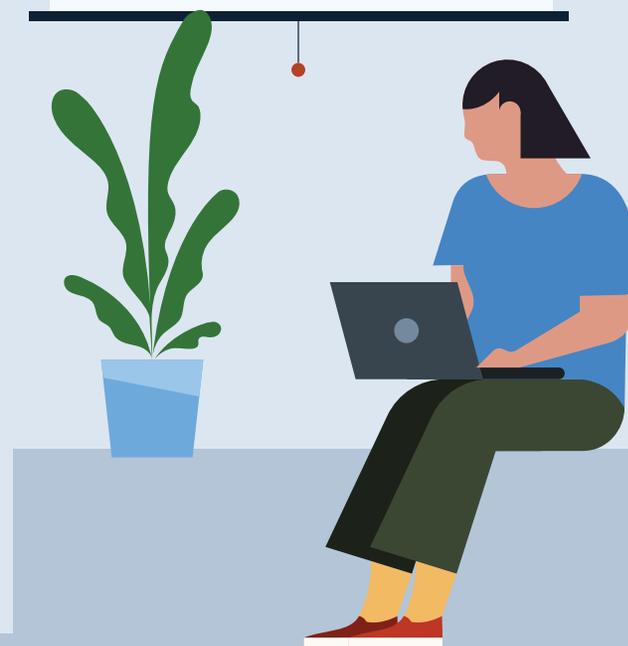
「今月の学習者」キャンペーン

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

