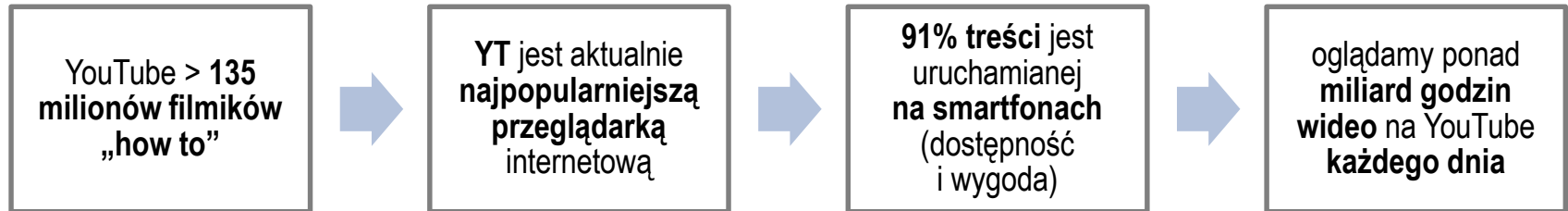


Statystyki i badania



Garść statystyk



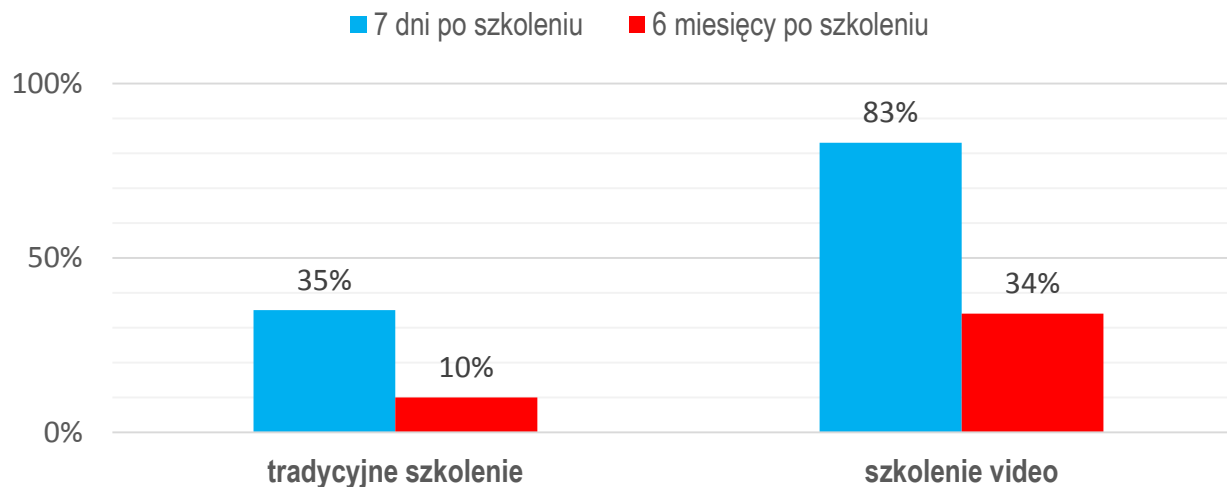
Wideo zwiększa efektywność szkolenia pracowników

- według Forrester Research o 75% chętniej oglądamy video niż czytamy dokumenty, e-maile czy artykuły internetowe
- o wiele szybciej wiążemy się emocjonalnie z obrazami, jakie widzimy w filmie niż ze słowami, które czytamy w artykule
- nasz mózg przetwarza film 60 000 razy szybciej niż tekst
- Forrester Research szacuje, że jedna minuta filmu internetowego to ekwiwalent około 1,8 miliona słów tekstu, a statystycznie możemy zapamiętać tylko:
 - 10% treści tekstowych / 65% treści wizualnych / **aż 95% treści audiowizualnych**

Skuteczność video learningu w procentach

- Badania grupy szkoleniowej SAVO:
 - statystyki mówią, że zaledwie **7 dni po szkoleniu przeciętny pracownik zapomina 65% materiału**, a **po 6 miesiącach** ten wskaźnik wzrasta do **90%**,
 - w szkoleniach wideo i audio **83% materiału zapamiętujemy w terminie do 7 dni** po obejrzeniu, po **pół roku** wskaźnik ten spada do **34%**.

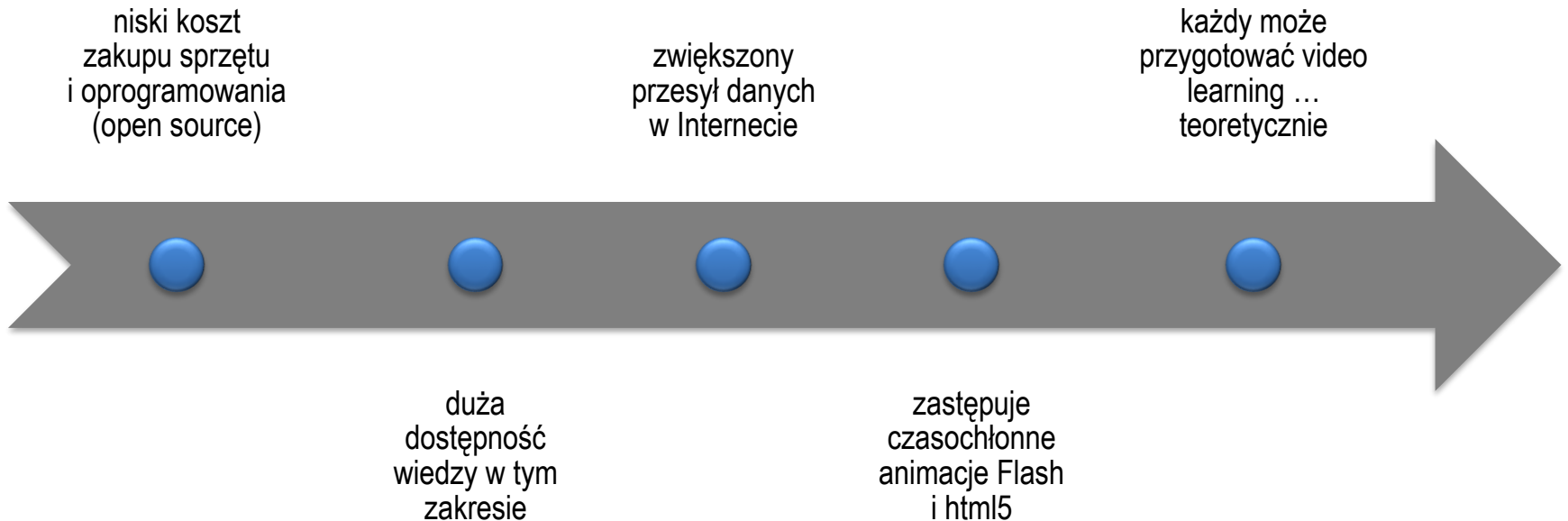
Krzywa zapamiętywania w szkoleniu tradycyjnym vs. video learningowym



Mity na temat video learningu



Dzisiaj jest łatwo ...



teoretycznie same plusy

Sam fakt zrobienia video nie zapewnia sukcesu ...

jakość materiału



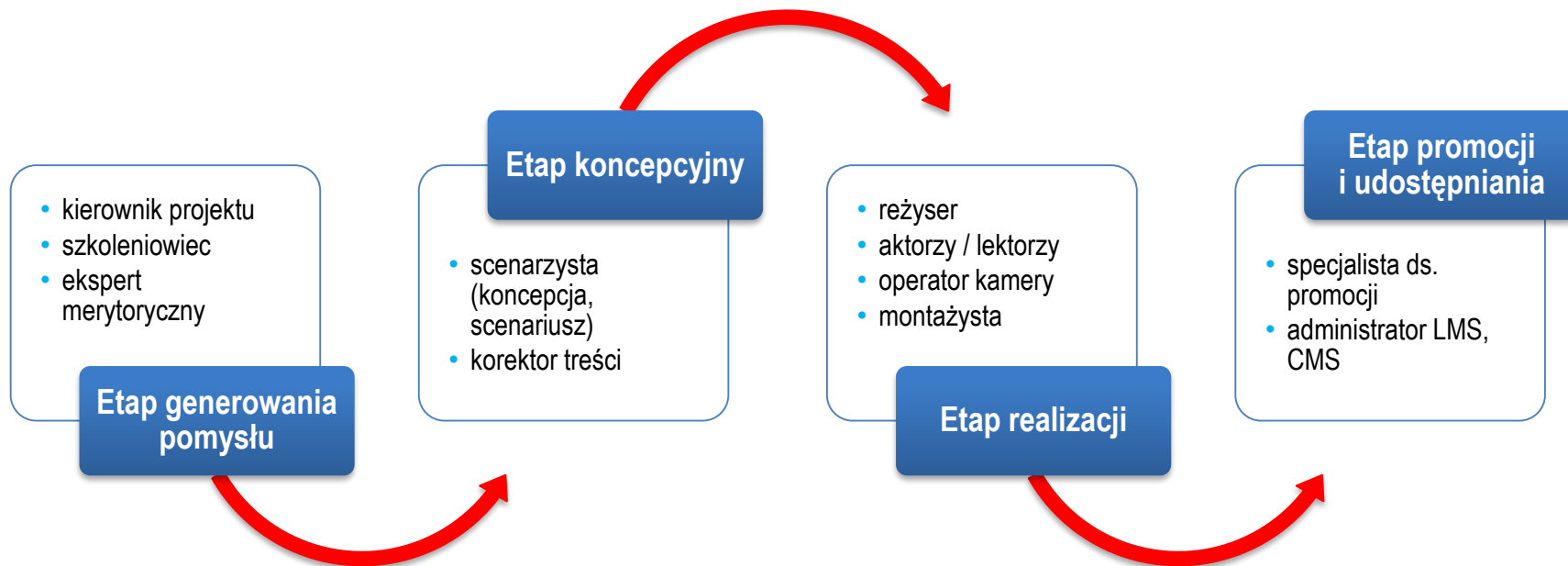
przydatna merytoryka
wynikająca z potrzeb



sposób prezentacji treści
(również metodyka)



Proces tworzenia video learningu



Jak zrobić dobry video learning



Przyzwyczajenia użytkownika

- **rozpiętość naszej uwagi** skurczyła się dzisiaj z 12 do zaledwie **8 sekund** (złota rybka może skupić się do 9 sekund) i ten czynnik ma wpływ na preferowaną długość video
- wiele czynników wywołuje frustrację i rozproszenie uwagi (otoczenie zewnętrzne), szczególnie jeżeli korzystamy z małych urządzeń mobilnych
- rodzaj sprzętu (laptop, tablet, smartfon) determinuje sposób korzystania i ma wpływ na konstrukcję treści
- video powinno być dostępne natychmiast (bez opóźnień w jego wyświetlaniu)

Dobry video learning jest krótki



Video oglądamy:

- na tablecie – 5 minut
 - na komputerze – 2 minuty
 - na Androidzie – 3 minuty
 - na iPhone – 2,5 minuty
-
- mamy stosunkowo krótki czas koncentracji, więc dobry film szkoleniowy powinien być krótki, a jeśli jest dłuższy – powinien mieć mechanizmy angażujące (**active learning** zamiast passive learning)

Przygotowując video szkoleniowe pamiętaj:



sprawdź potrzeby odbiorców i sprecyzuj cel szkoleniowy



3 minuty to wystarczająco długi materiał, jeżeli masz więcej treści - zatomizuj ją



przygotuj prototyp / demo / teaser i sprawdź reakcję odbiorców



twórz je z umiarem, tak aby miało metodyczne uzasadnienie



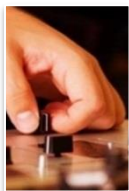
jeżeli możesz dodaj interakcje: hotspoty, pytania quizowe, ścieżki decyzyjne, linkowania



rozsądnie używaj efektów wizualnych - slow motion, grafiki, teksty, podpisy



miej interesującą koncepcję i scenariusz



ogranicz teksty do niezbędnego minimum, jeśli trzeba dodaj lektora zza kadru



sprawdź, jak wideo wyświetla się na smartfonie (najlepiej najmniejszym z dostępnych)



zadbaj o spójność z pozostałymi materiałami szkoleniowymi



zawsze dodawaj napisy, bo spora część odbiorców nie korzysta z audio



jeżeli nie jesteś swobodny przed kamerą, nie pchaj się na pierwszy plan

W video interaktywnym używaj prostych interakcji

Hotspoty	Pytania quizowe	Ścieżki decyzyjne	Poziomy
<p>widoczne lub niewidoczne klikalne elementy osadzone w video, odsyłające do treści dodatkowych (opinie, uzupełnienia, media społecznościowe)</p>	<p>wplecione w fabułę materiału pełnią rolę sprawdzającą oraz dodatkowo angażują</p>	<p>pozwalają na wybór, najczęściej występują w formie odpowiedzi na wcześniej zadane pytanie lub postawiony problem</p>	<p>pozwalają użytkownikowi na wybór preferowanego poziomu lub zakresu tematycznego</p>

Obszary powiązane - atomizacja kontentu, microlearning, fabularyzacja, personalizacja

Unikaj gadających głów



-
- profesor Richard Wiseman z Uniwersytetu Hertfordshire w Anglii przeprowadził eksperyment: uczestnicy obejrżeli jednonominutowy film video z audio z *gadającą głową*, następnie animację z taką samą treścią
 - animacja spowodowała 15-procentowy wzrost retencji informacji i 33-procentowy wzrost pozytywnych ocen oglądających (ankieta)

Czego trzeba unikać w video learningu:

**zbyt długich materiałów,
dłużej wcale nie znaczy lepiej**

**słabych parametrów technicznych –
wpływają na atrakcyjność i odbiór**

**zbyt wielu elementów graficznych
i interaktywnych**

**klimatów vintage – old school będzie miał
wymiar raczej humorystyczny**

**zbyt skomplikowanej fabuły z dużą ilością
szczegółów – należy upraszczać przekaz**

**opóźnień w wyświetlaniu (max. kompresja
przy zachowaniu jakości obrazu i dźwięku)**

**gadających głów,
jeżeli już to z interaktywnościami**



przegadania tematu (za dużo szczegółów)

Zalety – czyli dlaczego warto



Dlaczego video learning?

angażuje i skupia uwagę

oglądane na pełnym ekranie,
minimalizuje ilość dystraktorów

nasz mózg przetwarza film
60 000 razy szybciej niż tekst

to kompleksowy przekaz
bardzo pojemny i elastyczny format

gwarantuje wielozmysłowość
procesu uczenia się

bogata paleta submodalności, stylów,
głębi, kształtów, dynamik, zmian natężenia

niski poziom stresu poznawczego odbiorcy

format uniwersalny tematycznie

to wygodna i dostępna formuła

oferuje dużą trwałość wiedzy



Procesy, tematy, formaty...

Video learning może wspierać procesy:



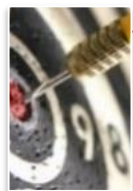
onboardingu



zarządzania
pracownikami



bezpieczeństwa
fizycznego
i informatycznego



podejmowania decyzji,
brainstormingu



rozwiązywania
problemów



performance
management



kodyfikacji wiedzy
w organizacji



employer branding



wdrażania narzędzi IT

etc

Video learning – rodzaje zasobów



Video produktowe



Video systemowe



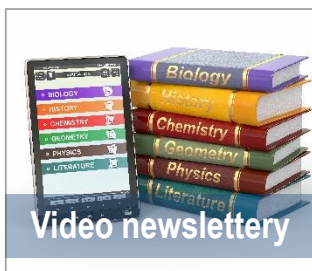
Role play



Miniwywiady video



Video interaktywne



Video newsletters



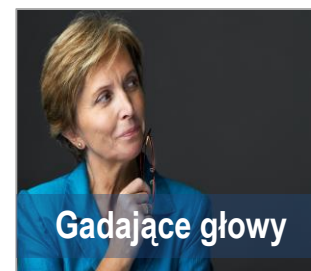
Video motywacyjne



Scenki fabularyzowane



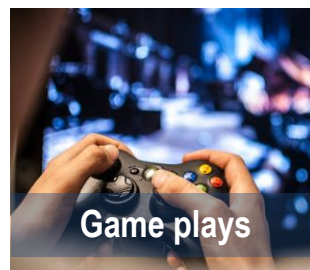
HOW TO
How to



Gadające głowy



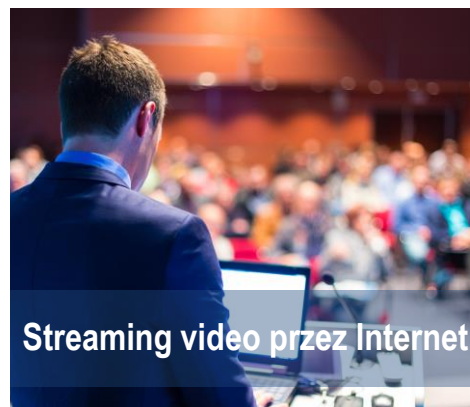
Video animacje



Game plays

etc

Video learning - usługi



Przykłady video learningu



Golarka Phillips



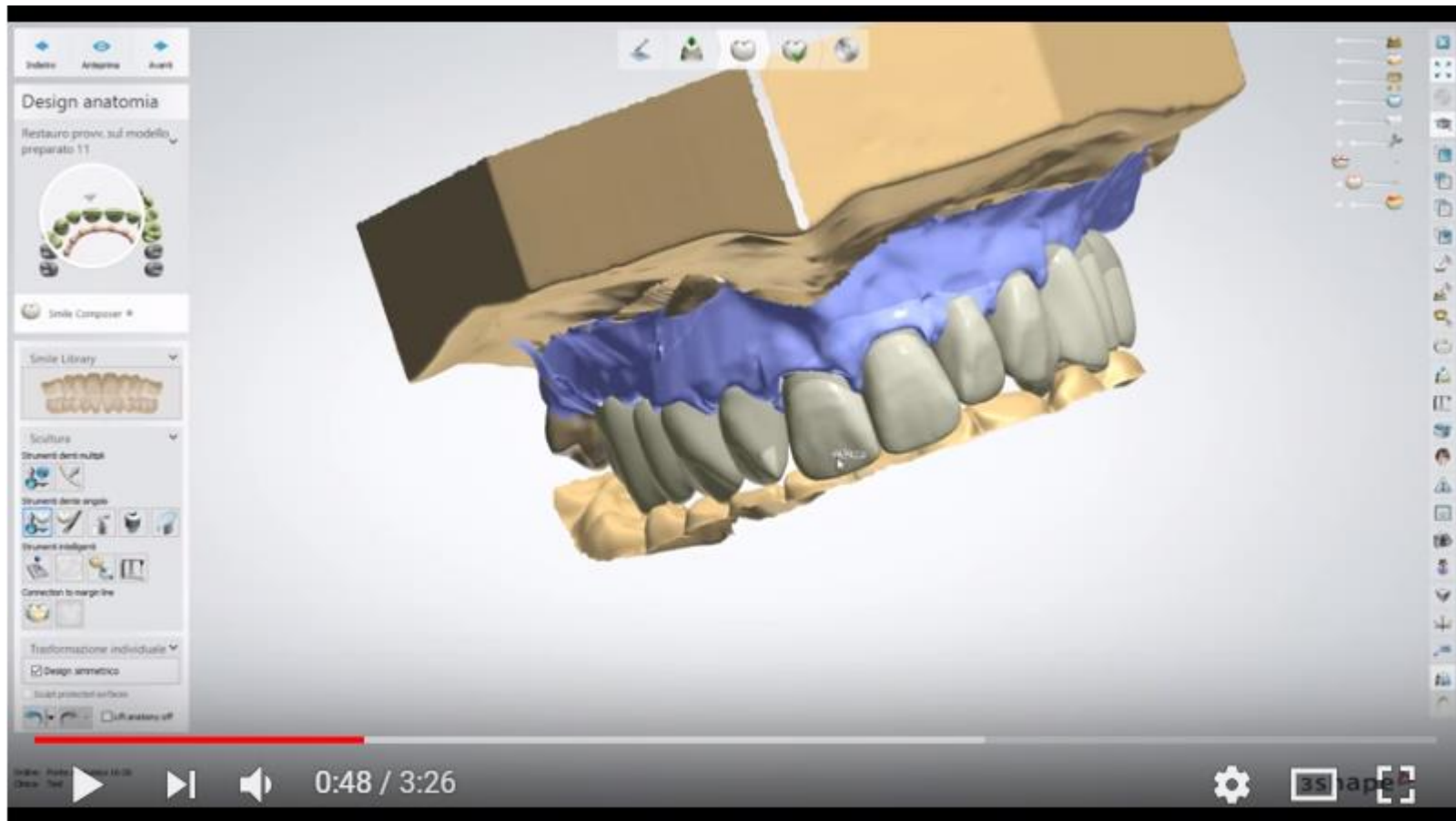
Przygotowanie do negocjacji



Reguły wywierania wpływu



3Shape DentalSystem



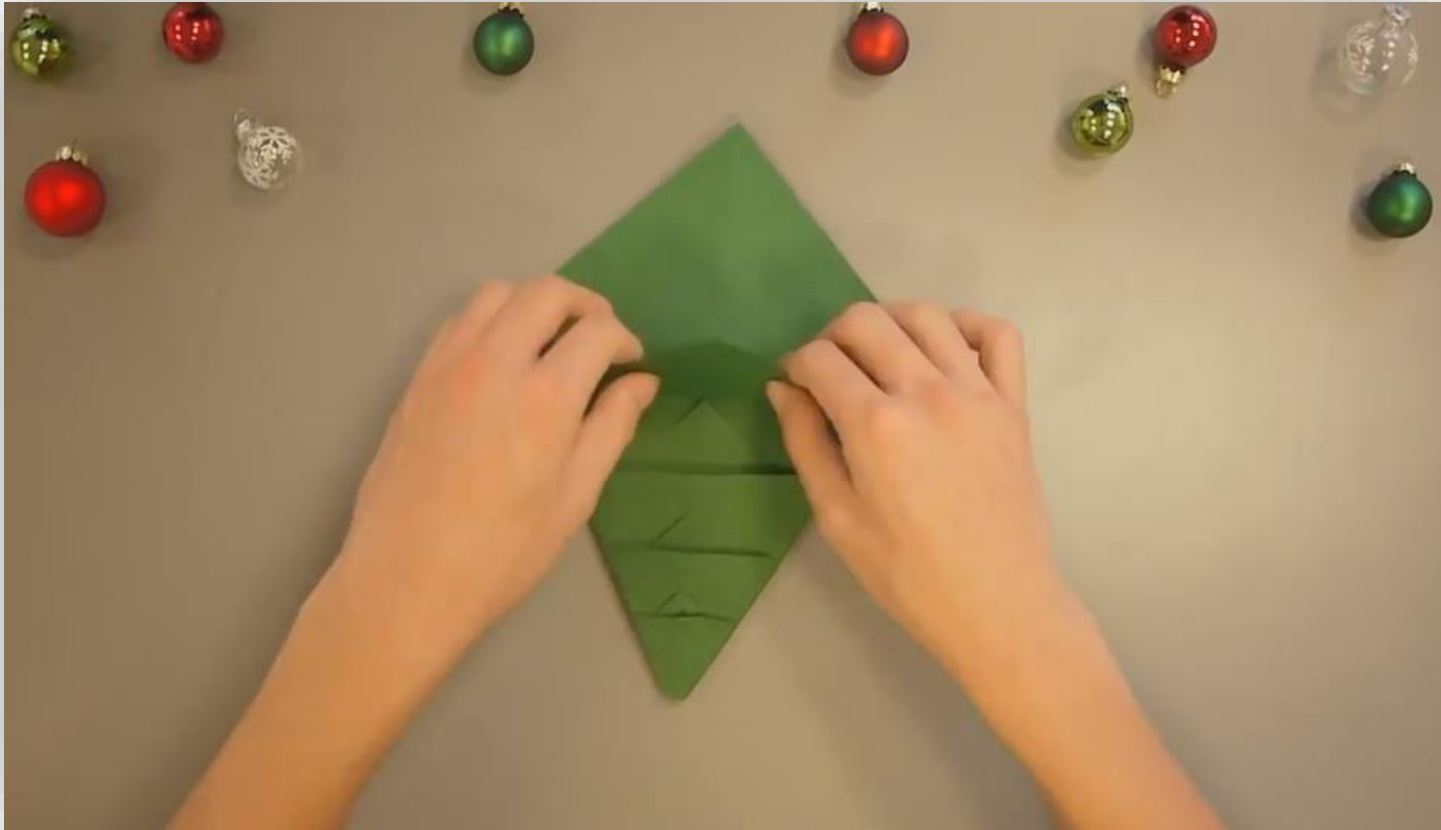
Will You Fit Into Deloitte



Szybkie tutoriale *HOW TO?*



Wesołych Świąt

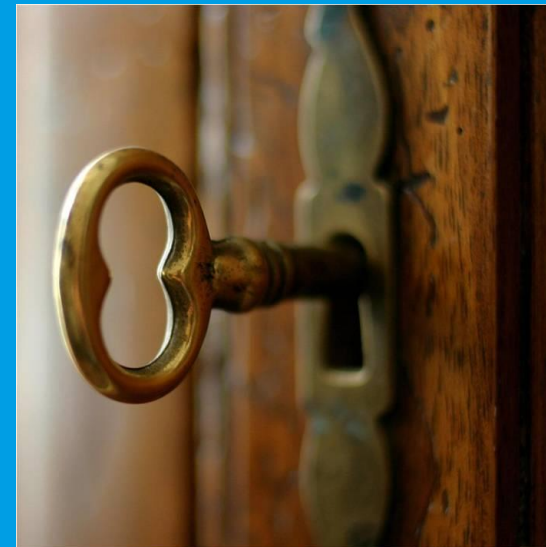
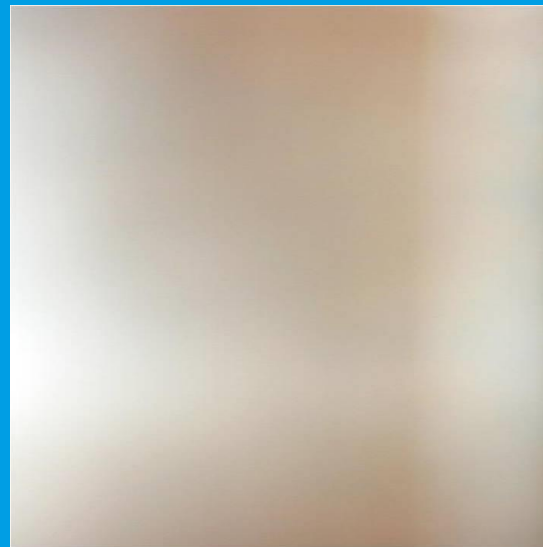


Szkoła Kapitału Społecznego



Wesołych Świąt





Dziękujemy za uwagę

Iwona Wieczorek

Dyrektor e-learning.pl

603 19 49 19

iwona.wieczorek@e-learning.pl

Monika Wesołowska

Menedżer ds. Kluczowych Klientów

728 453 749

monika.wesolowska@e-learning.pl