*Warszawa, 26 marca, 2021 r.*

**Jak pandemia dokonała rewolucji w branży szkoleniowej?**

*Nowa era szkoleń komunikacyjnych w wirtualnej rzeczywistości*

**Przez ostatni rok wirus przeorganizował nasz styl życia o 180 stopni – zarówno w sferze prywatnej, jak i zawodowej. Zmieniliśmy nawyki, zachowania, inaczej spędzamy czas i komunikujemy się między sobą. Pandemia otworzyła furtkę na nowe technologie i innowacyjne pomysły – także w sektorze szeroko pojętej komunikacji i szkoleń. W dobie pandemii internet to niemal jedyna bezpieczna droga do poszerzania wiedzy, jaką może zdobyć pracownik, zespół, a nawet cała instytucja. Z jakimi wyzwaniami musiały zmierzyć się firmy, przenosząc swoje usługi do świata wirtualnego?**

Pandemia COVID-19 i będący jej efektem lockdown znacznie przyspieszyły wdrażanie zdalnych rozwiązań w wielu branżach. Z nową rzeczywistością zderzył się również sektor Public Relations, który – posiadając w swojej ofercie szkolenia medialne czy kryzysowe, oparte na bezpośrednim kontakcie z klientem – niemal z dnia na dzień musiał je przeformułować i dostosować do warunków i ograniczeń epidemicznych. O ile wyzwaniem nie było przeniesienie pracy do internetu, o tyle przekonanie uczestników do takiej formy spotkań i brania w nich aktywnego udziału – już tak. Kluczem do sukcesu stało się poszukiwanie i testowanie nowych rozwiązań, które odpowiedzą na aktualne potrzeby biznesu oraz okażą się interesujące, a co za tym idzie – angażujące dla uczestników.

„Opracowując naszą wirtualną ofertę szkoleniową, bardzo wnikliwie analizowaliśmy wszelkie możliwości aktywizacji uczestników w warunkach zdalnych oraz to, jak poszerzać programy szkoleniowe, aby zachowały wartość merytoryczną i okazały się przy tym ciekawym doświadczeniem dla uczestników. Przy tworzeniu strategii mieliśmy też na uwadze wyniki badania Think Tanku Stowarzyszenia Agencji Public Relations, które dały nam dobry obraz tego, co jest potrzebne pracownikom w dobie pandemii. Odpowiadając właśnie na te potrzeby, stworzyliśmy nowy program szkoleń zdalnych, świetnie przyjmowany przez uczestników”– tłumaczy Krzysztof Tomczyński, Partner w Alert Media Communications.

|  |
| --- |
| **Jak praca zdalna wpłynęła na nastroje pracowników?**   * 54% dostrzega pozytywne zmiany w swej pracy pomimo pandemii – dla 74% ankietowanych jedną z nich jest praca zdalna, * 53%\* przeszkadza ograniczony kontakt z klientem oraz ze swoimi współpracownikami, * 22% wskazuje, że utrudnieniem w pracy jest wymuszony dystans społeczny, co wpływa na osłabione relacje zespołowe.   W badaniu „Wpływ pandemii COVID-19 na agencje PR”, przeprowadzonym przez Think Tank Stowarzyszenia Agencji Public Relations, wzięło udział 216 pracowników wszystkich szczebli z polskich firm PR zrzeszonych w SAPR. Badanie zostało przeprowadzone w ostatnich tygodniach 2020 roku.  \* W badaniu można było zaznaczyć różne warianty odpowiedzi, dlatego wyniki nie sumują się do 100%. |

**Szkolenie w sieci to nie tylko relacja na żywo**

W dobie naznaczonych pandemią dynamicznych zmian liczy się przede wszystkim dobrze przygotowana kadra, która sprawnie i trafnie zareaguje na nową rzeczywistość. Dla wielu osób wykonywanie obowiązków z domu wiąże się z negatywnym odczuciem co do braku bezpośredniego kontaktu ze współpracownikami[[1]](#footnote-1). Właśnie dlatego jednym z wyzwań było dostosowanie szkolenia tak, aby zapewnić przebywającemu w „kulturze domowej” uczestnikowi interakcję z trenerem i innymi szkolonymi, przewidzieć sesje przeznaczone na pytania i odpowiedzi oraz różne formy angażujące uczestników i wykorzystujące możliwości, jakie stwarza praca zdalna – a ich też jest sporo.

„Zawsze zwracamy uwagę na to, aby szkolenia online były równie – a nawet jeszcze bardziej – atrakcyjne niż te prowadzone w tradycyjnej formie. Szkolenia, które organizujemy, to nie tylko relacja na żywo. Dzięki specjalnemu mikserowi i kamerom możemy pokazywać wykłady z kilku ujęć i w ten sposób przeciwstawiać się monotonii, jaka towarzyszy klasycznym prezentacjom zdalnym. Do widoku gadającej głowy i prezentacji wszyscy już się przyzwyczaili… i trochę tym znudzili. To dlatego do nowych technologii audiowizualnych dołączamy narzędzia angażujące uczestników lub prowadzone «na żywo» symulacje, które wymagają współdziałania grupy – takie rozwiązania zawsze dają dobry rezultat” *–* tłumaczy Jakub Piesiakowski, koordynator techniczny szkoleń w Alert Media Communications.

**Szkolenia online to forma przekazywania wiedzy dostosowana do obecnych wyzwań**

Pierwsza fala pandemii wcale nie wskazywała na to, że popularność szkoleń wzrośnie. O tym, czy przeniesienie interakcji z klientem do sieci stanie się dobrym rozwiązaniem, zadecydowała kreatywność agencji oraz śledzenie bieżących potrzeb biznesowych. Wirus niewątpliwie wiele namieszał i zmienił podejście do świadczonych usług, jednak wymusił kreatywne podejście, bo życie toczyło się dalej – trzeba było pracować i się szkolić. Co więcej, warsztaty i symulacje kryzysowe stały się niezbędnym elementem przygotowania firm na kryzysy, w tym ten, który permanentnie toczy się od początku ubiegłego roku i zmienił naszą rzeczywistość.

„Pandemia wymusiła projektowanie zupełnie nowych form warsztatów i symulacji kryzysowych. Szyjąc agendę dla międzynarodowej firmy, realizowaliśmy streaming online wykładu kryzysowego z późniejszym podziałem na pokoje (breakoutrooms), przeznaczone dla różnych krajów. Niby proste, ale trzeba było znaleźć rozwiązanie, jak uczestnicy mogą przechodzić do innych pokoi, w których jest nasz doradca. Na koniec wszyscy wrócili na główne spotkanie, aby podsumować prace oraz wymienić się doświadczeniami i uwagami. To wszystko w warunkach różnej przepustowości i stabilności łącza, bo wszystko dzieje się jednocześnie w kilku państwach, w wielu miejscach. Można doskonale uszyć szkolenie, a i tak wszystko zależy ostatecznie od łącza użytkownika i złośliwości rzeczy martwych – czyli twojego laptopa oraz zapłaconych rachunków za prąd i internet” *–* komentuje Jakub Piesiakowski. „Na szczęście można jednak przewidzieć większość problemów i im zaradzić” *–* dodaje.

Szkolenia online to przede wszystkim duża oszczędność czasu dla firm, a przy tym nowe doświadczenie w nabywaniu wiedzy i ćwiczeniu współpracy dla ich zespołów. „Wszyscy jesteśmy konfrontowani z ograniczeniami związanymi z COVID-19, jednak nie zwalnia nas to z konieczności przygotowywania się i wzmacniania merytorycznego w zakresie radzenia sobie z sytuacjami trudnymi czy doskonalenia technik komunikacyjnych, szczególnie ważnych w tym trudnym dla wszystkich okresie. To pomaga nam w dbaniu o bezpieczeństwo pracowników oraz klientów. Odpowiedzią na bieżącą sytuacje są specjalnie przygotowane szkolenia, które charakteryzują się nową inżynierią transferu wiedzy w stosunku do tego, z czego korzystaliśmy np. rok temu. Niewątpliwie pozytywnym aspektem organizacji szkolenia w formie online jest to, że każdy może wziąć w nim udział z dowolnego miejsca, z uwzględnieniem zasad bezpieczeństwa. Jest to zatem idealne rozwiązanie dla rozproszonych zespołów pracujących w różnych lokalizacjach. To, co jest kluczowe w nowej formie szkoleń, to pomimo ich zdalnej formy zachowanie immersyjności i wartości dla uczestników przy zachowaniu elastyczności uwzględniającej zmieniające się otoczenia. W moim odczuciu szkolenia weszły w nową fazę ich zwinnego i modularnego projektowania, co jest niezbędne w tak dynamicznym otoczeniu, z jakim mamy do czynienia” – komentuje Maksymilian Pawłowski, Menedżer ds. Komunikacji Korporacyjnej w Leroy Merlin Polska.

***Więcej informacji udzielają***:

*Katarzyna Toczyska, e-mail* [*katarzyna.toczyska@alertmedia.pl*](mailto:katarzyna.toczyska@alertmedia.pl) *oraz Krzysztof Tomczyński, e-mail* [*krzysztof.tomczynski@alertmedia.pl*](mailto:krzysztof.tomczynski@alertmedia.pl)*, tel. 22 546 11 00.*

1. Dolot A., Wpływ pandemii COVID-19 na pracę zdalną – perspektywa pracownika, e-mentor, 83(1), s. 35-43, 2020. [↑](#footnote-ref-1)