Warszawa, 7.11.2022 r.

Informacja prasowa

**Indywidualne kursy językowe – chcą ich pracownicy, pracodawcy niekoniecznie**

**Do 2025 roku reprezentanci pokoleń Y i Z zdominują rynek pracy. Pracodawcy, chcąc przyciągnąć do siebie największe talenty, powinni skoncentrować się nie tylko na kwestiach finansowych, ale również na benefitach, z których już teraz korzysta prawie 90 proc. zatrudnionych[[1]](#footnote-1).  Wyniki badań[[2]](#footnote-2) wskazują jednoznacznie, że istnieje benefit, jednocześnie pożądany przez pracowników i przynoszący wymierne korzyści pracodawcom – są nim kursy językowe. Dużym wyzwaniem może się jednak okazać odpowiednie dopasowanie poziomu kursów do potrzeb zatrudnionych, przy jednoczesnej trosce o budżet firmy.**

Wyniki raportu Cpl Poland *Zoomersi w pracy, czyli jak Pokolenie Z podbija rynek***,** pokazują, że lista benefitów ma znaczenie przy podejmowaniu decyzji o skorzystaniu z oferty zatrudnienia. Stwierdziło tak 30 proc. badanych. Kwestie związane z poczuciem bezpieczeństwa, takie jak opieka medyczna czy ubezpieczenie na życie są ciągle bardzo pożądane przez pracowników (wybrało je odpowiednio 33 i 34 proc. respondentów), jednak nie aż tak, jak kursy i szkolenia rozwijające kompetencje (atrakcyjne dla 37 proc.).

*Pracownicy z pokoleń Y i Z są niezwykle świadomi swoich potrzeb, a co za tym idzie chcą być traktowani indywidualnie, a nie jak liczby w statystyce. Dwie trzecie z nich deklaruje, że chce mieć możliwość skorzystania z benefitu w postaci nauki języka obcego, a sama możliwość rozwoju często jest dla nich nawet ważniejsza niż gwarancja opieki zdrowotnej. Oferowane przez pracodawcę szkolenia muszą być jednak dopasowane do ich potrzeb. W przypadku kursów językowych mówimy tu nawet o hiperpersonalizacji, gdzie osoba ucząca się może nie tylko sama wybrać lektora dopasowanego do swojego poziomu znajomości języka, ale ma również wpływ na szereg innych czynników, takich jak choćby wybór czasu i miejsca szkolenia, czy tego jak często mają się odbywać lekcje* – **komentuje Cezary Chałupa, współtwórca i Chief Commercial Officer w Multilango,** startupie, który przy wykorzystaniu grantu z puli na badania i rozwój (B+R) z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (NCBR), zbudował  platformę językową, zmieniającą rynek nauki języków obcych dla przedsiębiorstw.

Sytuacja, w której pracownik jednocześnie zaspokaja swoje potrzeby związane z rozwojem i benefitami, a pracodawca zyskuje lepiej wyedukowanego, lojalnego pracownika, wydaje się więc z pozoru idealna. W tym miejscu pojawiają się jednak poważne wyzwania, związane z oczekiwaniami pracowników względem jakości szkoleń, a także z budżetem na organizację indywidualnych lekcji językowych dla grupy pracowników.

**Hiperpersonalizacja**

Opublikowany we wrześniu bieżącego roku raport infuture.institute i SmartLunch, przedstawia zjawisko hiperpersonalizacji jako jeden z istotnych elementów scenariuszy przyszłości rynku pracy[[3]](#footnote-3). Polega ono na indywidualnym dopasowaniu oferty pracodawcy, w tym przypadku nauki języka obcego, do specyfiki pracownika.

W sytuacji, gdy pracodawca zatrudnia kilkadziesiąt osób, ze zróżnicowanym poziomem znajomości języka, wyzwaniem może okazać się znalezienie szkoły językowej, która spełni oczekiwania wszystkich pracowników. Rynek języków obcych w Polsce wart jest 6 mld złotych rocznie, charakteryzuje się ogromnym rozdrobnieniem i różnorodnością ofert, a przez to też brakiem dominującego rozwiązania. Proces poszukiwania odpowiednich lektorów zwykle jest bardzo czasochłonny i często kończy się niepowodzeniem. Na realny efekt można liczyć często dopiero po wielokrotnych próbach.

**Inwestycja czy koszt?**

Pracodawcy muszą być elastyczni i zaakceptować indywidualizm. Potrzeba personalizacji zwykle jednak podnosi koszty. Kilkuset pracowników to jeden benefit w kilkuset wariantach, a to może oznaczać ogromne nakłady finansowe. Jedna indywidualna lekcja kosztuje od 50 do 200 zł. Obecnie 96 proc. firm szuka talentów mówiących swobodnie po angielsku, ale np. na rynku finansowym przybywa ofert wymagających znajomości węgierskiego. Są też branże, w których wymagana jest znajomość czeskiego lub łotewskiego – nauka tych języków może okazać się jeszcze droższa. Przy intensywnej nauce, miesięczny wydatek na kursy językowe dla pracowników będzie stanowił więc znaczące obciążenie budżetu firmy.

Nowoczesne technologie umożliwiają jednak zastosowanie tzw. masowej personalizacji, dzięki której pracodawca ma możliwość dostosowania benefitu do preferencji poszczególnych osób bez ponoszenia ekstra kosztów

*Środki pozyskane w procesie finansowania przeznaczyliśmy na stworzenie Multilango, intuicyjnej platformy do nauki języków obcych w formie indywidualnych spotkań online z lektorem. Wzbogaciliśmy ją o nowoczesne technologie jak m.in. machine learning czy voice recognition. Pracownikom daje ona niespotykaną dotąd elastyczność i komfort nauki języka, a pracodawcom pozwala zaoszczędzić czas poświęcony na poszukiwaniu odpowiednich szkół oraz, co równie istotne, ograniczyć koszty, dzięki rozliczeniu w wygodnym modelu subskrypcyjnym* – **podsumowuje Cezary Chałupa**.

**O Multilango**

Multilango to innowacyjna platforma dająca firmom dostęp do unikalnego pracowniczego benefitu - nieograniczonej możliwości nauki języków obcych w systemie abonamentowym. Wieloletnie doświadczenie twórców, pozwoliło wyselekcjonować grupę wykwalifikowanych lektorów, dysponujących wysokimi kompetencjami i umiejętnościami interpersonalnymi.

Usługa opiera się na najnowocześniejszych rozwiązaniach technologicznych – pierwszego lektora sugeruje wirtualny asystent, który bierze dobiera go na podstawie indywidualnych preferencji osoby uczącej się.

**Zapraszam do kontaktu:**

Maciej Ziętara, B2B Manager, PR Calling,

[maciej.zietara@prcalling.pl](mailto:pawel.sobczak@prcalling.pl), 501 509 778

1. <https://wynagrodzenia.pl/artykul/podsumowanie-raportu-benefity-w-oczach-pracownikow-2021> [↑](#footnote-ref-1)
2. [*https://landing.cpl.com/Zoomersi-w-pracy/raport.html*](https://landing.cpl.com/Zoomersi-w-pracy/raport.html)*;* [*https://wynagrodzenia.pl/artykul/podsumowanie-raportu-benefity-w-oczach-pracownikow-2021*](https://wynagrodzenia.pl/artykul/podsumowanie-raportu-benefity-w-oczach-pracownikow-2021) [↑](#footnote-ref-2)
3. [*https://www.smartlunch.pl/przyszlosc-fabryk-raport*](https://www.smartlunch.pl/przyszlosc-fabryk-raport) [↑](#footnote-ref-3)