

Создание системы непрерывного обучения

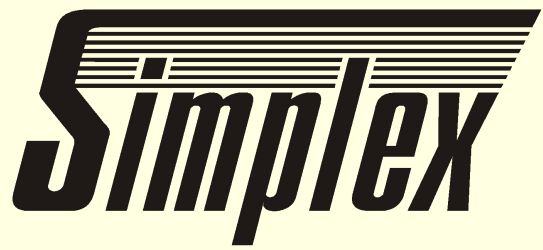
Хлынина Мария

*Менеджер по обучению и развитию
персонала*

ООО «СИМПЛЕКС»

План

- **О компании**
- **Понятие «система непрерывного обучения»**
- **Основные этапы создания**
- **Выявление потребностей**
- **Разработка пакета документов**
- **Подбор персонала**
- **Подготовка УЦ**
- **Формирование учебных программ**
- **Составляющие системы обучения**
- **Развитие системы**



®

- Технологии уюта

1992

год

Жалюзи

Рольставни

Окна

Al-конструкции

Кондиционеры

Шкафы-купе

Ворота

Натяжные потолки

850 чел.

- 3 офиса в Москве
- 2 производства

2 филиала

(Ярославль,
Новосибирск)

Дилерская сеть
Франчайзинговая
сеть

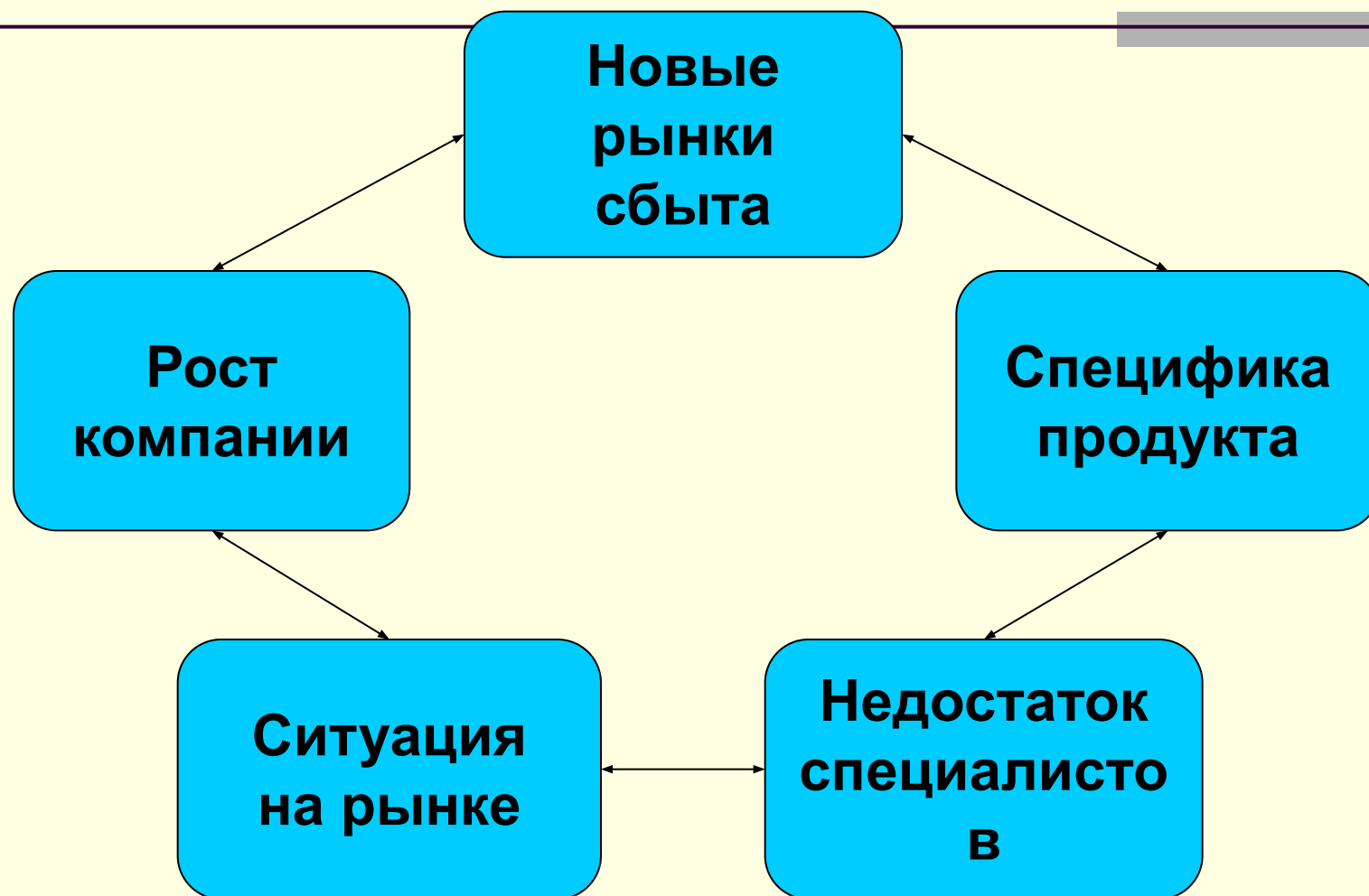
11 ноября 2005

г.

Создание системы
непрерывного обучения

3

Предпосылки



Система обучения – это...

- Многоуровневый
- поэтапный
- цикл мероприятий,

рассчитанный на поддержание и развитие профессионального уровня всех сотрудников компании в соответствие с концепцией и стратегией развития компании

Основные этапы создания

- **Выявление потребностей в обучении**
- Разработка документации
- Подбор и обучение персонала
- Подготовка УЦ
- Утверждение графиков
- Внутренний PR

Выявление потребностей в обучении – ЦЕЛЬ

**Получить
более полную
и
разностороннюю
информацию**

**Снизить
сопротивление
нововведению**

**Положительный
внутренний PR**

11 ноября 2005

г.

Создание системы
непрерывного обучения

Выявление потребностей в обучении - СПОСОБЫ

- Опрос руководителей
- Опрос ключевых сотрудников
- Опрос клиентов
- SWOT-анализ подразделений

Выявление потребностей в обучении

- ЗАЧЕМ создается система
- Для КОГО – определение целевых групп
- ЧЕМУ обучать – цели и концепция обучения
- КТО и КАК – выбор форм обучения

ЗАЧЕМ?



11 ноября 2005

Создание системы

10

г.

непрерывного обучения

Определение целевых групп (КОГО?)

- Сотрудники компаний-партнеров (дилеры, франчайзи)
- Сотрудники «Симплекс»
 - новые сотрудники
 - сотрудники сбытовых подразделений
 - специалисты профильных отделов
 - руководители всех уровней

Цели и концепции обучения (ЧЕМУ?)

- УЦ – маркетинговое звено компании
- Развитие и поддержание маркетинговой политики компании через систему учебных мероприятий, максимально ориентированных на потребности производимых товаров и услуг
- Обучение ориентируется как на внутренних, так и на внешних клиентов

Формы обучения – КТО?

Критерии отбора

- Опыт работы в компании от 3-х лет
- Знание продукта
- Опыт продаж
- Умение выражать мысли
- Желание поделиться опытом
- Лояльность к компании

Действия:

- Выбор кандидатов
- Подготовка и обучение преподавательского состава
- Подготовка персонала компании
- Разработка мотивационных схем

Формы обучения – КАК?

- Адаптационные мероприятия
- Семинары по продуктам
- Практические занятия по монтажу
- Тренинги по продажам
- Семинары по КИС, документообороту
- Корпоративные тренинги

Нормативно-регламентирующая документация

■ Положение о корпоративном обучении

- задачи и цели корпоративного обучения
- положение о корпоративном УЦ
- составляющие корпоративного обучения
- регламент проведения обучения
- система ежеквартального планирования
- контроль исполнения, ответственные лица
- бланки заявок на обучение, графиков и т.п.

■ Методические и обучающие пособия

■ Библиотека менеджера

11 ноября 2005

г.

Создание системы
непрерывного обучения

15

Подготовка и оснащение УЦ

1 помещение в офисе

- Столы
- Стулья
- Флипчарт
- Доска
- Проектор
- Видеомагнитофон,
видеокамера,
телевизор

2 помещения на ПСК

- Учебные макеты для
отработки нужных
навыков

Последние штрихи...

- Утверждение графиков согласно прописанному регламенту
- Размещение информации на сайте компании, на информационных досках, в корпоративном СМИ

Система обучения – это...

- Многоуровневый
- поэтапный
- цикл мероприятий

Уровни и Этапы

Уровень 1

Самообучение

Уровень 2

Наставничество

Уровень 3

Обучение в проф.отделах

Уровень 4

Обучение в УЦ

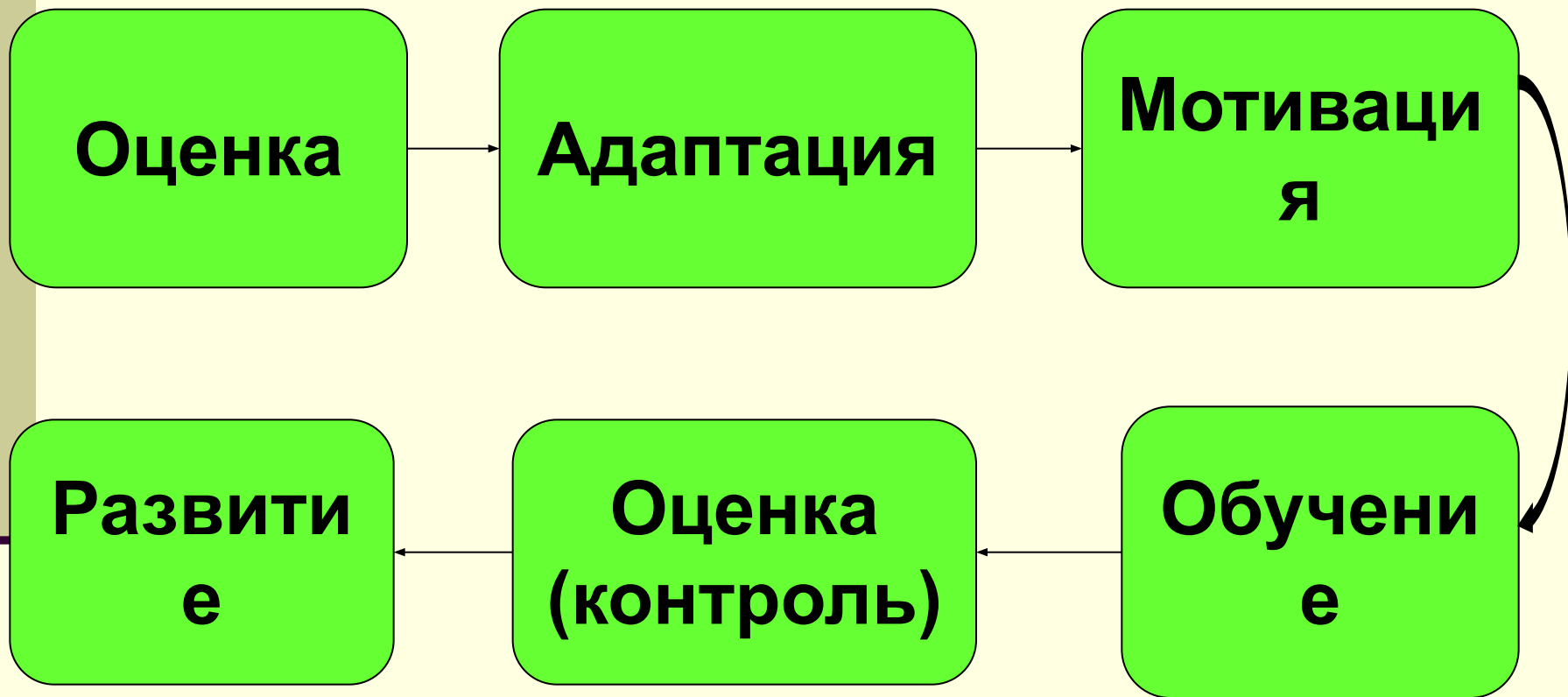
Уровень 5

Корпоративные тренинги

Уровень 6

Индивидуальное обучение

Составляющие системы обучения



11 ноября 2005
г.

Создание системы
непрерывного обучения

20

Развитие системы

- Регулярный мониторинг с целью выявления потребностей в обучении
- Маркетинговые исследования
- Корректировка и оптимизация учебных программ
- Контроль и оценка эффективности обучения