



www.ampluabroker.ru

«Ледниковый период
в корпоративном обучении.
Готовимся к потеплению»

«Амплуа-Брокер», июнь 2009



Источники информации

1. Бенчмаркинг Trainings INDEX `09, март-май 2009
100-страничный отчет в продаже с 08 июня 2009
 1. Он-лайн опросы на Trainings.ru, февраль-май 2009
 2. Опрос провайдеров и заказчиков силами
«1С: Консалтинг», май 2009
- Исследование «Амплуа-Брокер» для компании Business Training Russia, апрель 2009

Прогнозы бизнес аналитиков противоречивы. В ситуации полнейшей неопределенности любые предположения должны замеряться.

ТОП 5 приоритетов в области HR. 2009 год

- Оптимизация бизнеса
- Управление результативностью персонала
- Удержание работников
- Управление талантами
- Развитие корпоративной культуры

22% компаний не изменили HR приоритеты в связи с кризисом

Несмотря на большое число сокращенного персонала, вопрос удержания персонала остается актуальным.

Основные сложности T&D структур

1. За меньшее делать больше

40-60% компаний сократили бюджет на обучение и развитие персонала в 2009 году

20% увеличат T&D бюджет 2009

Компании сократили бюджет на закупку внешних T&D и консалтинговых услуг в среднем на 30%

Средняя величина сокращения T&D бюджета – 25%

35% компаний сократили T&D персонал в среднем на 15%

Неопределенность с бюджетом – он хоть и выделен, но по факту заморожен до июля 2009. Ожидание пересмотра

2. Демонстрировать отдачу от обучения

60% компаний отмечают, что бизнес требует демонстрации ценности от обучения

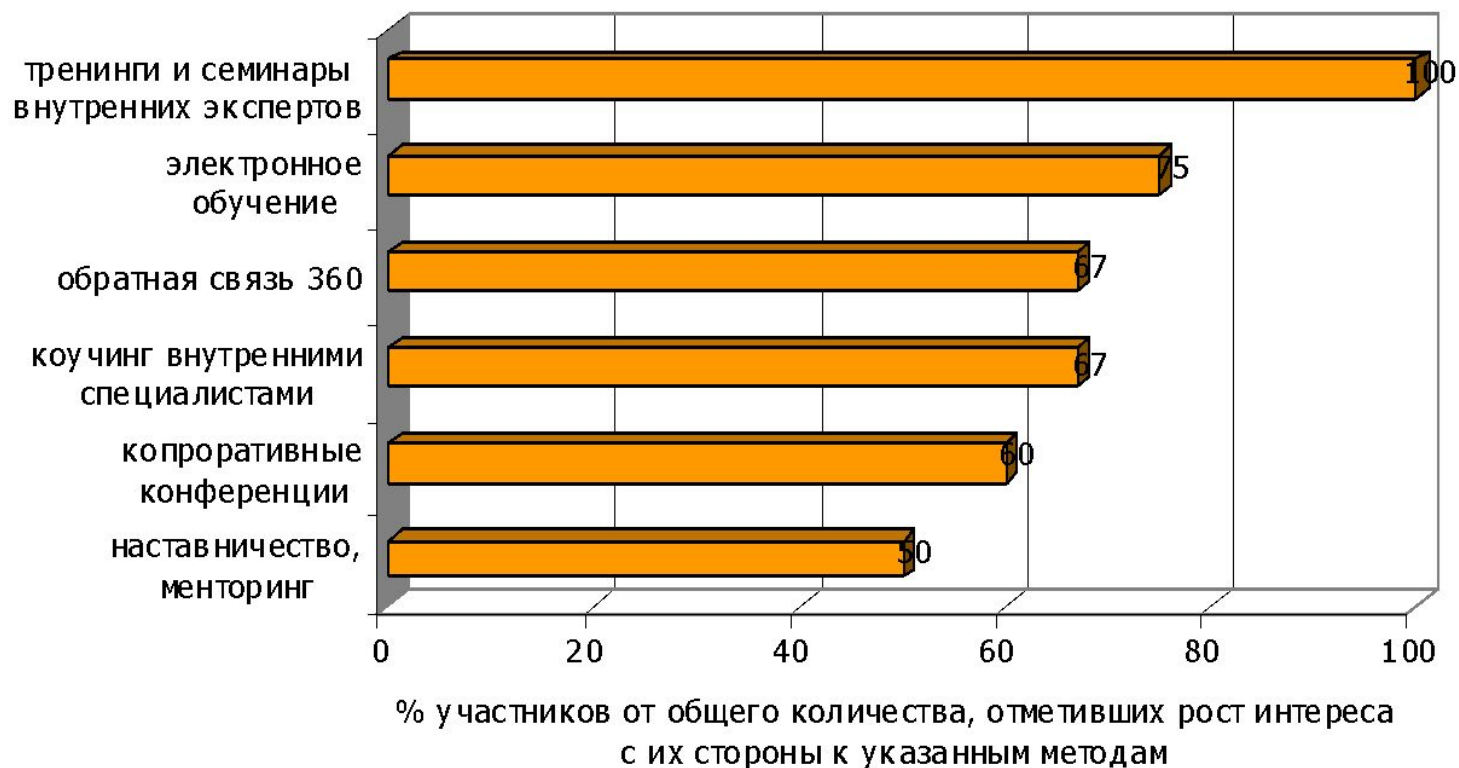
Обучение топ-менеджеров

- В 2008 году 87% компаний отдавали 90% обучения внешним провайдерам (в основном, зарубежным). В 2009 50% компаний сократят привлечение провайдеров для топов
- Внимание к таким методам, как ЭО, корпоративные конференции, обучение от внутренних экспертов для топов распределилось по-разному. 15-40% компаний планируют использовать их меньше, а 20-25 – больше в связи с кризисом
- Использование внешнего коучинга выросло в 2008 году, а в 2009 году сократится. Причина – не в деньгах, а в разочаровании в качестве. В США 1 час коучинга стоит 220 долл, в России – около 12 000 рублей
- Метод-аутсайдер обучения топов – корпоративный MBA

Обучение линейных руководителей

- 72% компаний сократят привлечение тренинговых компаний для обучения линейных менеджеров
- В 2008 году резко выросло использование внешнего коучинга для линейных менеджеров (с 12% до 31%) и именно его использование под вопросом в 2009 – 45% компаний ответили, что они сократят привлечение коучей для линейных
- Компании много экспериментируют в обучении линейных менеджеров, пробуя на вкус все известные методы обучения. Основная сложность – убедить, что на свете есть не только тренинговые формы обучения

Методы обучения и развития линейных менеджеров, к которым возрос интерес в связи с кризисом



Обучение специалистов

- Упор будет делаться на внутренний коучинг, наставничество, обучение действием, ассесмент-центры (внутренними силами!!), обучение внутренними экспертами, ЭО (от 30 до 80% компаний отметили это)
- Резко (отметили 80% компаний) сократится использование внешних поставщиков при обучении специалистов. Из внешнего обучения сохранено только обязательное обучение

Закупка внешних услуг сокращается для всех категорий персонала

По данным опроса «1С» в 2008 году приглашали внешних тренеров 40% компаний, в 2009 – 19%

Что происходит?

- Идет сильная ориентация на использование «внутренних поставщиков T&D услуг» - внутренних экспертов, руководителей, центров обучения
- Тенденция прошлых лет стала явью – обучение становится короче (сессии по 3-4 часа)
- Нагрузка на сотрудников центров обучения возрастает, они прирастают новыми обязанностями (например, управление знаниями) при сокращении T&D штата. Нельзя объять необъятное. Все, что можно, они будут перекладывать в ЭО

Что происходит?

- Выбирают две стратегии при работе с ценой на тренинг:
 - 1) «Жесткое правило». Фиксируют цену закупки на каждую категорию персонала и закупают тренинги только по ней
 - 2) «Жесткие переговоры». Со всеми текущими поставщиками сокращаются цены закупки на 10, 20, 30% (чаще всего 30...) Ожидают падения цены на тренинг для линейных менеджеров в среднем на 24%, для специалистов на 26%
- Проактивного снижения цен ожидают 65% заказчиков
- В 2007 году коридор закупочных цен на 1 тренинг-день для топов был 55-432 000 рублей. В 2008 он сузился – 115-260 000 рублей. Заказчики ожидают, что разброс еще больше сократится

Что происходит?

- 60% провайдеров оставили цену тренинг-дня прежней
- 24% сократили
- 16% увеличили

60% провайдеров отмечают, что сталкивались с запросом создать смешанный (ЭО+ в классе) обучающий курс

- За первые 5 месяцев 2009 года рынок сократился на 55% (на такую величину сократилась закупка внешних услуг компаниями)

50% провайдеров отметили, что их доход упал (у 29% - значительно)

33% - остался прежним

10% - вырос

Светлое будущее электронного обучения

- В обучении всех категорий персонала заказчики планируют использовать ЭО в 2009 году.

НО!!!

Компании сосредоточились на использовании уже имеющихся платформ и возможностей ЭО

ЛИБО будут расширять имеющиеся HR платформы присоединяя к ним LMS модули.

Тех, кто не начинал процесс настройки в компании ЭО и решит делать это в кризис, будет немного – 20%.

20% компаний, имеющих LMS, планируют разрабатывать курсы с привлечением внешних специалистов (тренеров) или покупать готовые.

По данным опроса «1С» число компаний, которые используют готовые и разработанные электронные курсы, практически не сократился по сравнению с 2008 годом.

Электронное обучение

- 56% компаний и 53% поставщика HR-услуг отмечают, что ЭО эффективно

Единогласно!

Ожидания заказчиков – провайдер обучения в классе «вложит» свой курс в электронную версию. При чем новоявленный курс должен легко интегрироваться в их LMS.

Стратегия для провайдера – кооперация с производителем LMS платформ.

Ожидаемые сложности в работе с поставщиками в 2009 году

1. Неадекватное соотношение цена\качество – 75%
2. Неготовность провайдера адаптировать программу под специфику заказчика – 50% (*переместился в первой позиции в 2008 году*)
3. Сложность в выборе конкретных тренеров – 45%
4. Несоответствие корпоративному стилю – 40%
5. Качество клиентского сервиса – 35%

Откуда будут черпать информацию о провайдерах

- Рекомендации коллег – 85,2%
- Интернет (поисковики и сайты компаний) – 44,4%
- Присланные материалы – 29,6%
- Собственный опыт – 29,6%
- «Амплау-Брокер», Trainings.ru – 22,2%
- Выставки – 22,2%
- Холодные звонки – 14,8% (в тоже время, 18,5% респондентов негативно относятся)

Ключевые поставщики

Около 30% компаний не имеют ключевых поставщиков в своем пуле партнеров. Это означает, что они достаточно легко могут отказаться от работы с любым из них и безболезненно поменять поставщика.

Мерилом успеха поставщика в 2009 году станет не количество заработанных им денег и привлеченных новых клиентов, а **количество клиентов, которые не отказались от работы с ним несмотря на кризис.**

Это станет сильным конкурентным преимуществом в период потепления.

Портрет «идеального» провайдера

- Гибкость, создание продукта, на 100% учитывающего нужды заказчика – 41%
- Оптимальное соотношение цена/качество – 41%
- Уникальный продукт – 33%
- Отличные рекомендации предыдущих заказчиков – 30%
- **Высокий уровень наполнения тренинга и его материалов – 19%**
- Профессионализм – 15%

Особое внимание заказчики будут уделять дизайну тренинга – никаких пустопорожних слов и упражнений с непонятным результатом.

Полная информация о текущем состоянии и тенденциях в корпоративном обучении – в отчете Trainings INDEX`09.

Отчет Trainings INDEX`09 это:

- **100 страниц аналитической информации по 11 основным направлениям деятельности корпоративных систем обучения**
- **источник информации для планирования и бюджетирования обучения, подготовки отчетов, презентаций и обоснований**
- **основа для выработки собственной системы KPI корпоративного обучения**

Отчет III ежегодного бенчмаркинга систем корпоративного обучения Trainings INDEX`09 в продаже с 8 июня 2009

Клиентам «Амплуа-Брокер», Trainings.ru и Trainings EXPO предоставляются скидки

Звоните

+7 (495) 941 45 82

+7 (925) 005 69 82