

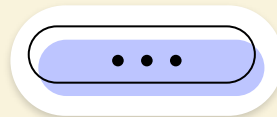
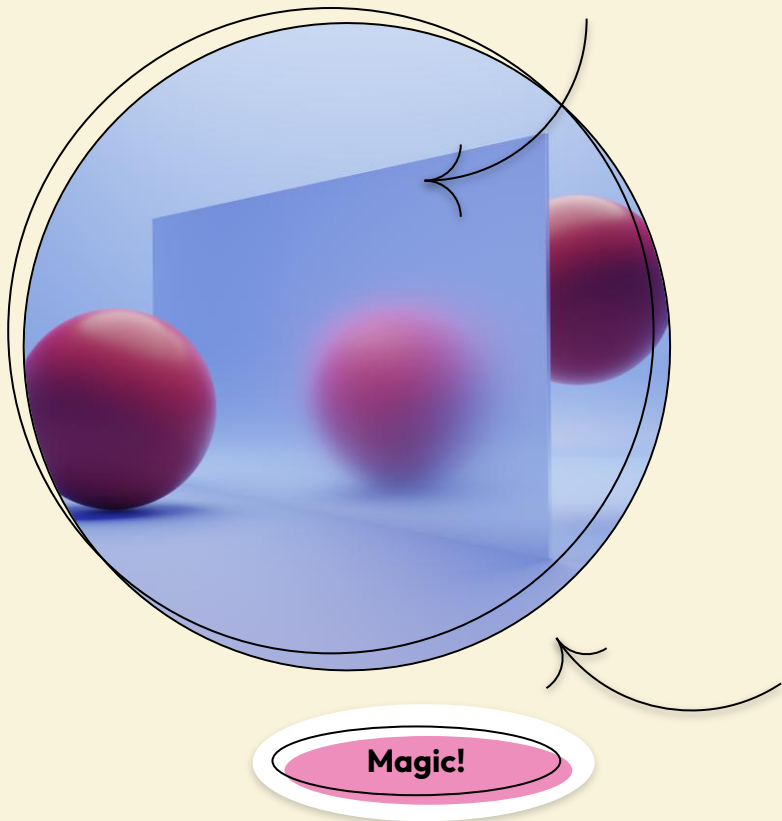
De leercultuur

Een nobel streven of een
hardnekkige mythe?

Mieke Vandewaetere

Ssbm





Abracadabra

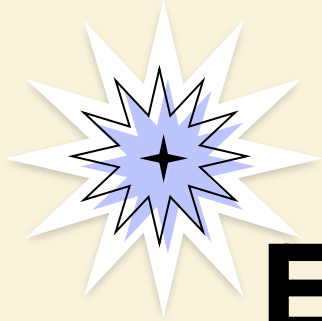
Wat is essentieel?

01

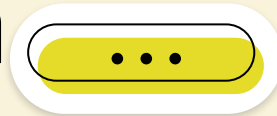
**De mythe
wordt ...**

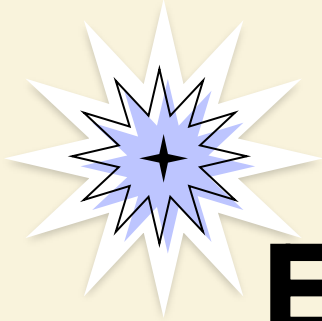
35



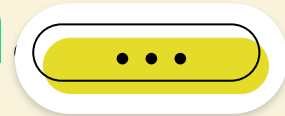


**Een leercultuur is
overschat, niet
iedereen hoeft te
leren**





**Een leercultuur is
overschat, niet
iedereen hoeft zijn
job te kunnen**



Imagine







LOGISCH

NUTTIG

HAALBAAR



LOGISCH

NUTTIG

HAALBAAR



LOGISCH

NUTTIG

HAALBAAR



LOGISCH

NUTTIG

HAALBAAR



LOGISCH

NUTTIG

HAALBAAR



LOGISCH

NUTTIG

HAALBAAR

**Vissen is hype bij tieners en jongeren in Gent:
"Leuker dan gamen én tof om natuur echt te
beleven"**



De groep startende vissers tussen de 11 en de 30 jaar blijft groeien. Dat blijkt uit Vlaamse cijfers. Dat is niet enkel zo in landelijke gebieden, maar zeker ook in de steden. In Gent was het deze zomervakantie een ware hype. "Een grote vis vangen geeft een echte kick", klinkt het.

LOGISCH

NUTTIG

HAALBAAR

Achtergrond GRWM

Van vrouwentoilet tot TikTok-hit: dit is de sociale kracht achter miljoenen 'GRWM'-video's



Populaire GRWM-video's op TikTok. RV

Close door within 4 seconds after last selection.
Press V button if display is flashing.

M.-Nr.: 09926320-000



Intake / Drain



Rinse Aid

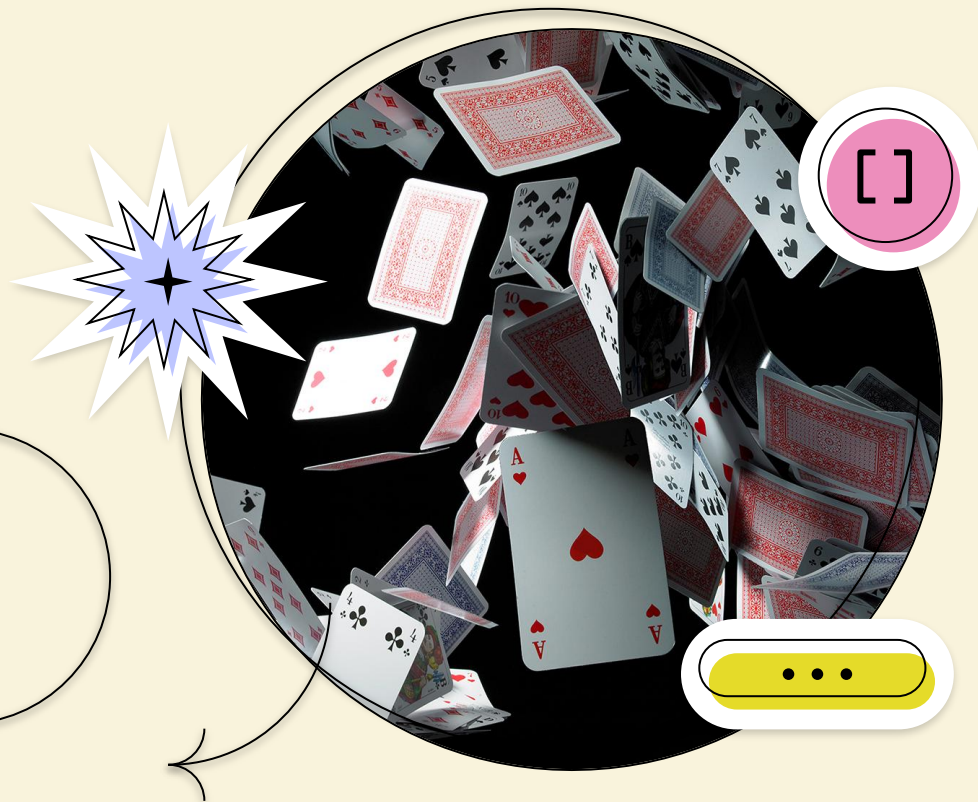


Salt

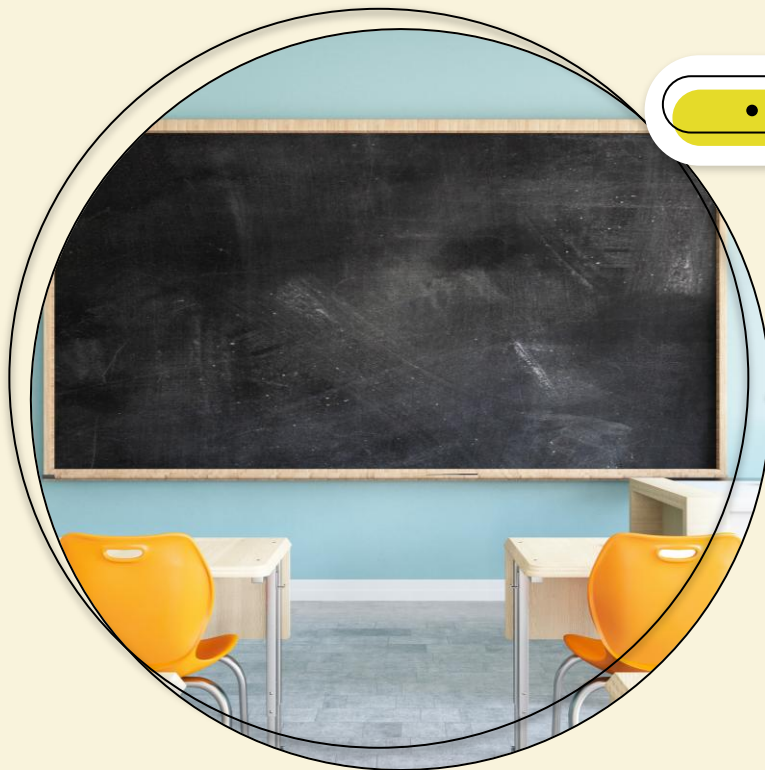


02

**Is het dan
toch magie?**







... volwassenen hebben geen leerplicht

Wel problemen. Veel.

1. Zorg dat ze vermeden kunnen worden
2. Zorg dat ze opgelost raken
3. Zorg dat het niet/amper opnieuw kan gebeuren



... maar ze willen wél efficiënt (samen) werken

Focus op gedrag dat prestaties
verbetert, niet op leerdoelen.

1. Meer teamleren en peer feedback
2. Minder cursus, meer context, op de werkvloer
3. Beloon efficiënt (team)gedrag



...

**... en ze kunnen
ook nieuwsgierig
zijn**

Denk als een (neuro)marketer: L&D als
een merk.

1. Voordelen, geen 'features'
2. Beïnvloeden en overtuigen als
'salesstrategie': scarcity strategy, social
proof, authority positioning, loss aversion, ...
3. Customer (after)care



...

... of **** gefrustreerd

Ken jouw collega's en los de 5'
frustrations op.

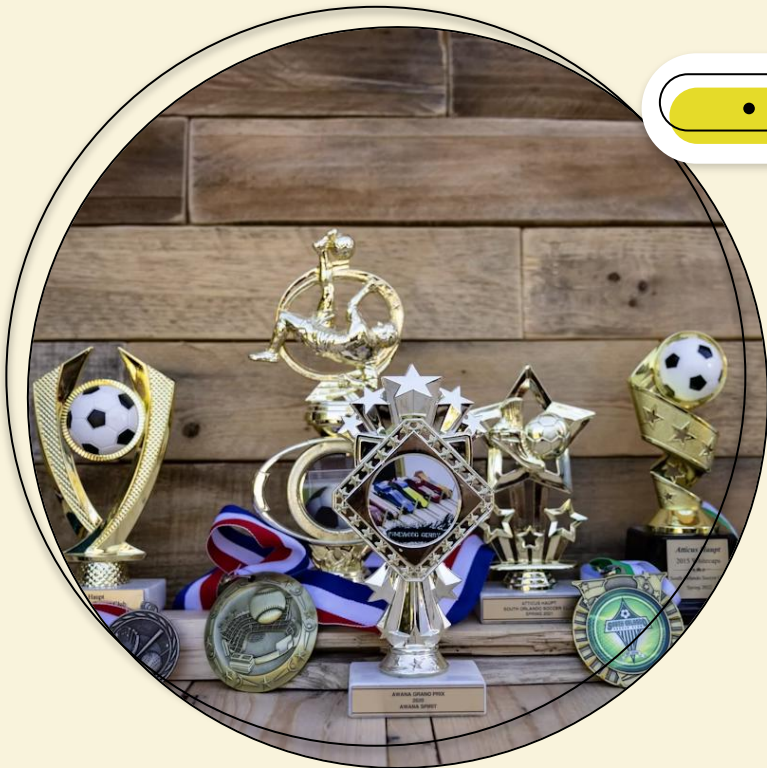
1. ROI? $100 \times 5' \times 220 = 1833$ uur (vs. 1740)
2. Wees eerst negatief, dan nieuwsgierig: neen (1x) - waarom? (x5)
3. Ken je managers



**... en worden
ook graag
beloond**

Maak het zichtbaar en vier ...

1. Vooruitgang
2. Resultaat, ook zelfvertrouwen
3. You win some, you learn some



**We hebben
niet 'te weinig
leercultuur' ...**

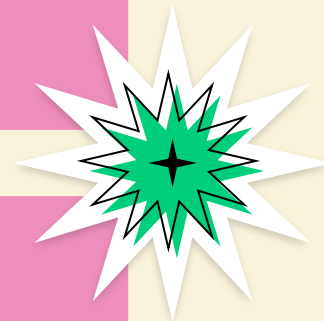
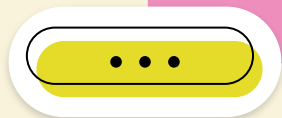
Wel te weinig aansluiting tussen
leren en presteren in de job

Waarom ik wél
leer

Waarom ik niet
leer

Wat ik nodig heb

Wat mijn
organisatie
denkt dat ik
nodig heb



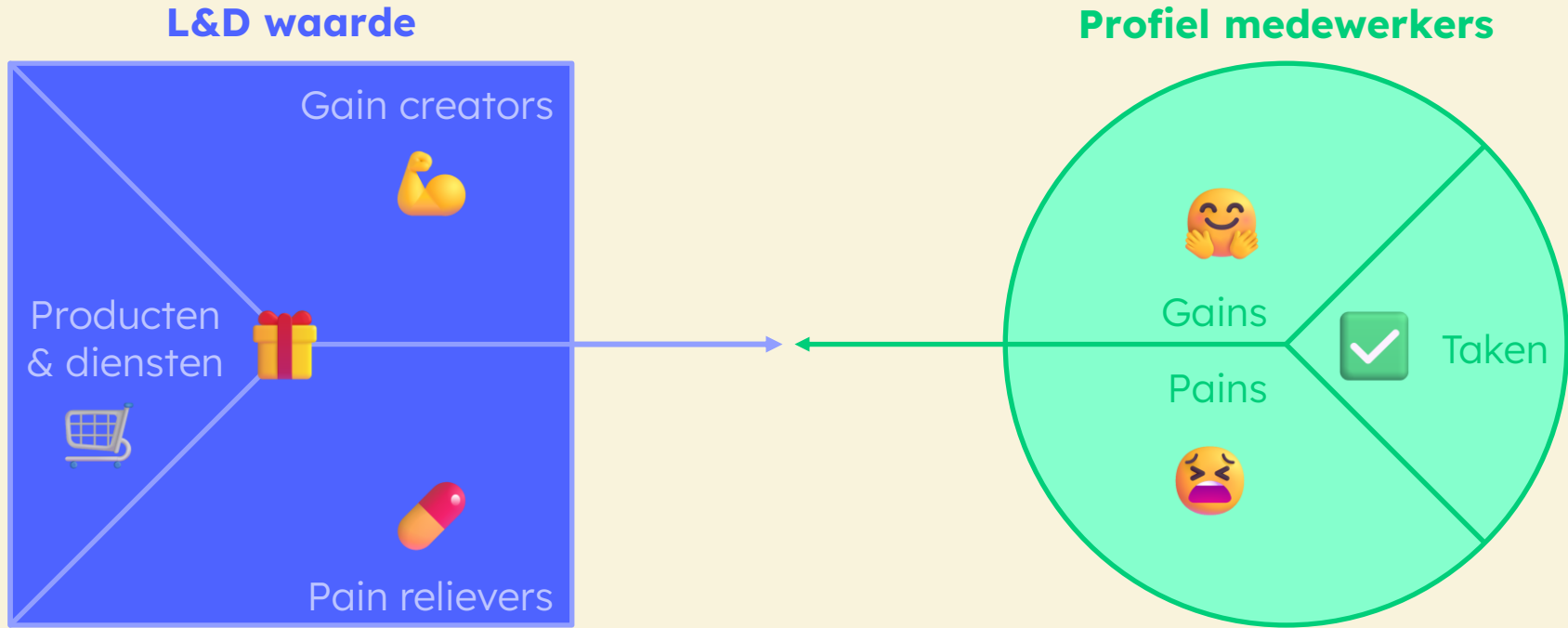
GUMMIES FOR TOP EMPLOYEES



**WORK SMARTER,
NOT HARDER**

ORDER NOW

L&D value proposition canvas



Takeaways



De business heeft geen leercultuur nodig, maar betere prestaties.



Betere prestaties creëer je niet door verplichtingen, maar door aantrekkingskracht.



Aantrekkingskracht is laten beleven en verkopen wat leren mogelijk maakt.



Kennis stroomt, tenzij jij die blokkeert. Verleg een steentje en luister.

Herontwerp het L&D playbook

- 💪 We Do: own & decide
- 🌱 We Coach: enable & support
- 👉 We Don't: leaders own fully

