

Op 12 en 13 juni trokken we met de 9 winnaars van de L&D Awards 2019 naar de eerste editie van het **Festival of Work** in London.

Het Festival die een gratis beurs en een betalend conferentie-gedeelte telt, is een organisatie van CIPD, een HR-netwerk met bijna 150000 (!) leden over de ganse wereld. Voor hen voorzorg CIPD een zestal streams; wij waren zelf vooral geïnteresseerd in de topics **Learning technology, Learning strategy for business performance en Talent development & future skills**.

De 9 winnaars van de Awards werden aangevuld met een 15-tal andere Stimulearners wat de netwerkmogelijkheden, discussies, grapjes en 'serious stuff' des te interessanter maakten. Via Whatsapp en Drive maakten we afspraken en deelden we content en foto's. Een deel van wat we leerden delen we ook graag met jullie via onderstaande reviews. Ook in 2020 zijn we opnieuw van de partij ... noteer nu al **10 en 11 juni** in je agenda! We reizen dan met de nieuwe winnaars van de L&D Awards 2020 opnieuw naar London. Ook jij kan (kosteloos) met ons mee!

DEFEATING THE OVERLOAD - MAKING LEARNING FIT TO BUSY AND FAST-PACED WORK ENVIRONMENTS

In dit interactief panel kwamen vier L&D specialisten uit verschillende bedrijven en sectoren aan het woord over vragen rond hoe leren in onze werkomgeving kan passen. Volgens hen moeten 'werk' en 'leren' geherdefinieerd worden. Leren zou onderdeel van het werk moeten zijn. Werkplaats leren is een deel van die oplossing maar ook de verschillende technologieën kunnen daarbij helpen.

Technologie moet op het juiste moment worden ingezet en medewerkers moeten er klaar voor zijn om deze te gebruiken. Alle medewerkers, want ze bestaan uit meerdere generaties en het moet voor elk van hen passen. De technologie moet relevant en intuïtief zijn want het gaat nog steeds over de context en de inhoud en niet over het middel. Een goed LMS speelt hierin een centrale rol, deze moet eenvoudig en toegankelijk zijn.

Daarnaast moeten we technologie vinden die past, een die het leren ondersteunt. Het heeft geen zin om How-to-filmpjes te creëren en te verwachten dat de lerende deze bekijkt op de werkvloer als er geen degelijke internet connectie is.

Technologie moet ervoor kunnen zorgen dat we kunnen nagaan of mensen in hun vrije tijd leren, zodat we hen er correct voor kunnen verlonen. Leren moet vandaag snel en interactief kunnen zijn. Bij Highway England kunnen de lerenden rijsimulaties via e-learning doen. Op die manier kan dit sneller dan wanneer ze maanden moeten wachten om dit live te kunnen doen.

Ze hebben tevens VR oefeningen ontwikkeld waar de medewerkers de impact van hun beslissing kunnen zien op het rijdende voertuig.

Ook de leercultuur moet aangepast worden. Men kan deze via design thinking in co-creatie met de lerenden opzetten.

Maar ook de manager speelt hierin een cruciale rol. Want leren is een akkoord tussen de organisatie, het individu en de manager.

Als leren flexibeler wordt moet de manager hier meer betrokken in zijn, hij/ zij moet namelijk meer op de hoogte zijn van de noden van het team.

Organisaties moeten de tools en de cultuur opzetten, het leren is aan de medewerkers zelf.



Evelien De Jaeck



L&D Consultant @ Center for Development BMW Group Belux. We trachten het leren zoveel mogelijk aan te passen aan de noden van de eindklant en binnen de werkomgeving van de concessiemedewerkers. Na enkele jaren werkervaring binnen de sales, bleek dat mijn mens- en klantgerichte ingesteldheid beter tot zijn recht komt binnen learning and development. Het mee ontwikkelen van verschillende leerprogramma's en hierbij telkens het gepaste medium trachten in te zetten, zijn enkele van de uitdagingen die mee zorgen voor boeiende leerdagen.



CREER EEN CULTUUR DIE VERANDERING OMARMT

Dr. Linda Shaw is een cognitief neurowetenschapper met een achtergrond in organisatiepsychologie. Ze gaf les aan verschillende universiteiten in het Verenigd Koninkrijk en voerde onderzoek naar de functie van de hersenen, gespecialiseerd in bewustzijn, emotie en het effect van veroudering. Doe dit even mee: "Hef je rechtervoet op en draai met de klok. Schrijf nu een zes in de lucht met je rechterarm." Dit was de opener van een boeiende masterclass van Dr. Linda Shaw over neurowetenschap en change. Linda Shaw stelt dat grote organisaties op vandaag voor de uitdaging staan om even snel te kunnen inspelen op verandering dan kleine organisaties. Dat is geen evidentie maar kan door in te zetten op het creëren van een cultuur dat verandering omarmt.

Het stimuleren van de juiste mindset is alvast één van de pijlers om deze cultuur te creëren. Hierbij legt Linda Shaw de link naar het werk van Carol Dweck. Geef complimenten op het proces, gaat Linda verder. Hiermee stimuleer je namelijk meer bewustzijn en flexibiliteit in het toepassen van de werkwijze in andere contexten.

Ook begrijpen hoe ons brein werkt, helpt om te kunnen veranderen volgens Linda Shaw. Er zijn veel gewoontes waar we ons niet van bewust zijn. De koffie (trigger) - koekje (beloning) gewoonte bijvoorbeeld. Als je inzicht geeft in dit mechanisme, kan je erover praten. Deze tweede pijler, de communicatie rond verandering, kan medewerkers inzicht geven in waarom een bepaalde verandering moeilijk ligt.

De boog kan niet altijd gespannen staan en hiermee boort ze haar derde pijler aan, de zogenaamde 'pleasure umbrella'. Met een knipoog gaat het verhaal verder op het neurowetenschappelijk vlak, nl. het stimuleren van nitric oxide (NO) welke ons cortisolgehalte onderdrukt. Korte pauzes, wandelmeetings, humor, timemanagement en een goede slaap zijn de ideale mix om je NO-gehalte te verhogen. Maar de allerbeste manier is via altruïsme, vrijgevigheid en vriendelijkheid, stelt Linda.

Afsluitend gaat Linda Shaw verder met haar vierde pijler over 'the whole story'. Over je medewerkers beluisteren en betrekken, het organiseren van denktanks enz. Het deed me erg denken aan de principes van gedeeld leiderschap van onze bloedeigen Koen Marichal en Jesse Segers.

Kortom, het was een boeiende sessie die stof geeft tot nadenken en goesting geeft om ermee aan de slag te gaan!



Brigitte Boivin

Dienstverantwoordelijke talent & ontwikkeling bij het UZ Gent en gepassioneerd door ontwikkeling van mens, team en organisatie. Het UZ Gent won in 2019 de juryprijs van de L&D Awards.



DE MENS IS BIOLOGISCH GEPROGRAMMEERD OM TE LEREN

Neuroscience is al enkele jaren een hot topic in L&D, tot op het randje van de hype misschien. Vandaar dat ik het al die tijd een beetje vanop een afstand heb bekeken: waait de hype over of worden deze inzichten stevig verankerd in de L&D praktijk.

Vanuit algemene wetenschappelijke interesse en om mijn eigen scepsis te challengen - leren start immers bij nieuwsgierigheid en het verruimen van je eigen denkkaders - pik ik regelmatig wat over dit topic mee. Zo ook dus op het CIPD Festival of Work, waar onderzoekster Patricia Riddell ons in een sessie meenam in "The neuroscience of learning".

Het meest straffe inzicht dat ze - wetenschappelijk onderbouwd - aanvoerde was het volgende: onze hersenen zijn in staat om dagelijks 20% van onze neurale verbindingen te vervangen. Dat betekent zoveel als: in de evolutie hebben onze hersenen zich ingesteld op het dagelijks verkrijgen van nieuwe informatie (om beter voorbereid te zijn op de toekomst). Of anders gezegd: wij zijn biologisch geprogrammeerd om te leren. Da's bovendien een stevige neurowetenschappelijke basis voor het "growth mindset" - concept van Carol Dweck. Onze hersenen zijn in staat om bij te leren, maar het geloof dat je zelf hebt in die capaciteit, is selffulfilling: geloof je niet dat je kan bijleren, dan zal je ook niet bijleren en de capaciteiten van je hersenen onderbenutten en ondertrainen; geloof je wel dat je kan leren, dan gebruik en train je de natuurlijke aanleg van je hersenen. Vanuit neuroscience-perspectief is growth mindset dus de manier van leren die bij ons brein past.

Naast dit stevige inzicht reikte Riddell op basis van haar onderzoek ook een model aan om meer uit onze hersencapaciteit te halen, samengevat in het letterwoord "BLESSED": Believe you can remember; Learning states (nieuwsgierigheid, energie, betrokkenheid, vertrouwen, reflectie); Emotional intensity; Spaced learning; Self-referencing effect; Encode well; Deep processing.



Jen Deneckere

KBC Learning Architect, kennispons, ideeënmens, denker - Wij ondersteunen leren binnen KBC, met een focus op leermethodiek en -technologie.

Na mijn studies geschiedenis en bedrijfseconomie en een eerste werkervaring elders, ben ik in 2008 aan de slag gegaan in het commerciële netwerk van KBC. In 2013 zette ik de stap naar L&D, als trainer commerciële vaardigheden. Voor mij was toen al duidelijk dat onze rol zou verschuiven van learning provider naar de rol van learning enabler & supporter. Sinds 2017 maak ik deel uit van het team Learning Architects.

HOE VIND JE JE WEG IN HET HR TECH LANDSCHAP, EN HOE MAAK JE DE JUISTE KEUZES?

Een panelgesprek rond dit topic leek me zeker de moeite waard - al was het maar om mijn eigen ervaring te toetsen aan die van anderen.

Vaak wordt gezegd dat HRM er een stuk makkelijker op wordt met technologische oplossingen. De stelling hier was echter dat het maken van de juiste keuzes al een uitdaging op zich is, gezien het scala aan mogelijke producten, diensten en leveranciers. In dit panel gingen HR tech experts in gesprek en deelden ze praktische tips. Van een debat was niet echt sprake, want de sprekers waren het eigenlijk steeds roerend met elkaar eens en vulden elkaar aan.

De volgende vragen kwamen aan bod: hoe identificeer je op een effectieve manier de technologiebehoeften van je medewerkers en je organisatie? Hoe evalueer en selecteer je de best passende software? Hoe stel je leveranciers de juiste vragen zodat je een degelijke en gefundeerde beslissing kan nemen?

Het logische antwoord van de panelleden was "Bepaal de scope, de business doelstellingen, de functionele en niet-functionele verwachtingen (bv. de geboden ondersteuning van de leverancier, regionale vertegenwoordiging ...), weet wie je stakeholders zijn en welke integraties er verwacht worden".

De gewenste 'employee & client experience' zijn een belangrijke leidraad. Er is geen 'one size fits all'. Kijk verder dan de 'glossy brochure' die de leverancier ongetwijfeld voor zal leggen. Zoek naar een partner die je in het hele traject kan begeleiden en die ook goed past bij de cultuur van je organisatie. Het panel vond het ook interessant om ondersteuning te vragen van een derde partij die begeleiding biedt in de keuze en implementatie van een oplossing, aangezien dit een project is dat maar eens in de zoveel jaren voorkomt en deze derde partijen de markt zeer goed kennen.

Sprekers waren John Bromilow (CIO Rendall & Rittner), Devyani Vaishampayan (Managing Partner HR Tech Partnership) en Karen Myers (Group HR Director, William Hill), onder leiding van Warren Howlett (Head of HR Content, CIPD).

Winnie Valbracht

Managing Partner van The Learning Hub, gespecialiseerd in het begeleiden van klanten bij het innoveren en digitaliseren van hun leeroplossingen. The Learning Hub maakt deel uit van The Compass, waarin ook het bredere talent & change management perspectief aan bod komt.



IK ZIE GROTE OPPORTUNITEITEN VOOR L&D

Peter Cheese, CEO van CIPD, is ervan overtuigd dat L&D moet gezien worden als een strategische vaardigheid die onderdeel uitmaakt van je businessplan. "Bedrijven proberen zich permanent aan te passen in tijden van opportuniteiten en verandering die elkaar in sneltempo opvolgen. Omdat je medewerkers het hart van je onderneming zijn, wordt van hen de grootste wendbaarheid verwacht. Training, up-skilling en re-skilling zijn dus aan de orde."

Om de business productief te houden moeten trainingen afgestemd worden op uitdagingen van de organisatie. Het is volgens Peter van strategisch belang dat L&D de noodzaak en belangrijkheid hiervan overbrengt naar de business. "Dit kan door beter te meten wat een opleiding doet voor de werknemers en de resultaten overkoepelend te begrijpen/aan te tonen. L&D heeft ook de belangrijke rol om de juiste leerprogramma's voor te stellen. Deze moeten beantwoorden aan de vraag van de business qua inhoud, toegankelijkheid voor managers en medewerkers, beschikbaarheid wanneer er vraag of nood is, snelheid, werkvormen, individueel of in groep..."

Werkplek leren moet ook een centrale plaats krijgen. "Medewerkers en leidinggevenden moeten hun ervaringen kunnen delen en doorgeven aan elkaar".

L&D is een aanspreekpunt voor alle informatie rond technische en sociale vaardigheden. "Dit omdat kennis en content makkelijk te vinden zijn, maar niet iedereen altijd even kritisch kijkt naar wat er bvb. online te vinden is. Kritisch denken is een noodzakelijke vaardigheid voor medewerkers". Als we het tempo van verandering willen blijven volgen, is het volgens Peter noodzakelijk om managers ook te trainen op vlak van 'ontwikkelen' en ze niet alleen technische skills aan te leren. L&D zal een belangrijke rol spelen en ervoor zorgen dat organisaties zich voortaan meer focussen op de beste man/vrouw voor het team in plaats van voor de job.

"Hoogdringend tijd voor de Chief Learning Officers, zodat L&D haar strategische rol ten volle kan opnemen."



Johan Cusseneers

Adviseur voor leren & ontwikkelen, change architect, ondernemer en partner bij The house of change en De Schuur Meetingrooms.



GAMIFY YOUR LEARNING - PRACTICAL STRATEGIES TO INCREASE LEARNER ENGAGEMENT AND KNOWLEDGE RETENTION

Nick Shackleton-Jones' session is held in the Pillar Hall of the Olympia, a classical room, with ornate fittings and Corinthian pillars that radiate grandness, joy and sets you at peace. It turns out that this room was probably the best fit to attend the session about gamification in learning and Shackleton-Jones' vision on it. Shackleton-Jones is the Director of Learning and Performance Innovation at PA Consulting Group where he helps organizations improve employee performance and engagement through their approach to learning. Prior to this, he was Director of Learning Innovation and Technology at BP and has held senior roles in L&D at Siemens Communications and the BBC. In 2017, he was awarded the Colin Corder award by the Learning and Performance Institute for services to the learning industry.



'If we observe how learning is different from the traditional education we know, we start to understand that somewhere we did go wrong. Education is usually related to rituals, facts, content centric, facilitator centric and raises anxiousness. Learning on the other hand should come naturally, be implicit, task centred, playful, user centric and conversational. Learning using games should obviously refer to the latter. Furthermore, we as professionals should know that our brain and the way it stores memories in general, is not very reliable. I have an example of an experiment in which two groups were asked to assess the velocity of a car that had an accident against a wall, shown on a picture. The one group in the experiment was asked how hard the car "smashed" to the wall, and the other group, how hard the car "collided" to the wall. The estimated velocity was 80 km/h for smashing and 30 km/h for colliding. Hence, the conclusion that language and the thoughtful selection of words is important. Another element that influences remembering is the use of stories and meaning. In one experiment one group was shown gibberish and a second group gibberish that sounded like English. Not surprisingly, the gibberish that sounded English was far much remembered than the gibberish that had no meaning at all. So if you want people to remember your learning content, the story and meaning matter to the learner. Finally, may I stress the importance of the Ebbinghaus forgetting curve that illustrates the decline of memory through time, if no attempt is made through time to retain. It is obvious that due to the nature of a game, repetition through time can be done in a more cost effective way.'

According to Shackleton-Jones, there are good reasons and bad reasons why you should choose for gaming.

'A first good reason is to give people an experience. It enables practice and the experience itself can deliver affective significance for the learner. This refers to the affective context model, where we can observe that a stimulus triggers an emotional reaction and the emotional reaction promotes the learning. A second reason is, to offer recognition for accomplishments. This fulfils the need for recognition that is a basic need for all of us. The use of badges, prizes, treasures and more are a good example of this principle. Of course, there are also bad reasons to turn to gaming for your learning content. A first bad reason to gamify is when people need resources instead of a game. Take the example of a manual of a telephone switchboard that my team turned into a game. We were so enthusiastic about it, but it passed completely by the basic need of the user. The user needed a resource not a game in which he needed to find out how the switchboard functions, in case he was lost. Once users started to use the switchboard, the game was crap. If you want to know how a button works, you are in need of a resource that shows you that information and not of a game in which you need to find out how to use it. A second bad reason is that a game could damage the intrinsic motivation using incentives. Let us take a Fitbit watch. This Fitbit watch is a good example that threatens the intrinsic motivation. In the end people wearing the watch, want the miles on the Fitbit and not the runs. It does not trigger an intrinsic motivation to run, whereas when you start to enjoy the run in one way or another, the probability that you will stay running because you are intrinsically motivated, is bigger.'



Eric Van Camp

Corporate Learning & Development Manager Brussels Airlines - Responsible for defining the learning offer, supervising the didactics of e-learning from the different subject matter experts, supervision of the management trainees program and involved in different cross-departmental projects like an on-boarding application.

L&DTALKS
FOOD FOR THOUGHT SINCE 2011

Laura Overton en Nick Shackleton-Jones zijn twee van de zes internationale sprekers op de L&D Talks die op 23-24 oktober 2019 doorgaan in Brussel. Ze verzorgen er elk een keynote en een masterclass.

