

SZKOLENIA W POLSCE



WSŁUCHANY W GŁOSY PRACOWNIKÓW... Rynek szkoleniowy AD 2019 i jego przyszłość

Branża szkoleniowa to papierak lakmusowy rynku pracy. Jako pierwsza reaguje na zachodzące na nim zmiany, odpowiadając nie tylko stale dostosowywaną do potrzeb pracowników i pracodawców ofertą, ale również rozbudowywanym wachlarzem metod i narzędzi wykorzystywanych do efektywnego przekazywania wiedzy i zwiększania kompetencji kadr.



Grzegorz Świątek

ekspert, Grupa Nowe Motywacje

Patrząc na rynek szkoleniowy w Polsce i na świecie, który niezwykle dynamicznie rozwijał się w ostatnich latach i nadal nie zwalnia tempa, warto zastanowić się, dlaczego firmy szkolą swoich pracowników i czemu ich potrzeby w tym obszarze są coraz większe? Odpowiedzi na te pytania pozwolą bowiem przyjrzeć się całemu spektrum zagadnień związanych z rynkiem szkoleniowym w jego obecnym kształcie, i skoncentrować się na możliwych trendach, które już się na nim zadomowiły oraz tych które już niebawem mogą nim zawładnąć.

Rynek szkoleń wsłuchany w głosy pracowników

Już w pierwszym kwartale 2017 r. głównym powodem zmiany pracy dla ponad połowy badanych (niemal 52 proc.) w ramach „Confidence Index” – sondażu firmy Michael Page – była chęć rozwijania nowych umiejętności. Od tego czasu trend ten stale się pogłębiał, a zmiany oczekiwań samych pracowników wymuszały, (i nadal wymuszają), na pracodawcach zmianę podejścia do kwestii kształcenia i rozwoju kadr. Inwestowanie w szkolenia to w obecnych czasach konieczność biznesowa, motywowana nie tylko rozwojem nowoczesnych technologii, wielo-

pokoleniowością rynku pracy i falą trendów, które realnie wpływają na wszystkie obszary funkcjonowania przedsiębiorstwa, ale przede wszystkim koniecznością odpowiedzi na potrzeby pracowników. Pracowników, którzy z rosnącą z roku na rok samoświadomością, dotyczącą konieczności nieustannego rozwoju i uczenia się przez całe życie, poszukują takich miejsc pracy, które im ten rozwój nie tylko umożliwią, ale wręcz zagwarantują. Właśnie dlatego rynek szkoleniowy musi stale wsłuchiwać się w głos zatrudnionych i wyłapywać z szumu informacji aktualne ich potrzeby, z którymi prędzej czy później i tak zgłoszą się pracodawcy.

Procesy rozwojowe stale ewoluują – zmienia się świat, zmieniają się ludzie, zmianie ulega też nieustannie podejście samych jednostek i organizacji do podnoszenia kompetencji. Obecnie człowiek atakowany jest przez niezliczoną ilość informacji, komunikatów i przekazów, co wpływa nie tylko na jego percepcję, ale przede wszystkim na naturalną umiejętność przyswajania wiedzy i jej skutecznego pozyskiwania w procesie uczenia. W związku z tym nowoczesne programy szkoleniowe projektowane są tak, by nie tylko trafić do odbiorców z określonym przekazem i zaangażować ich w cały proces uczenia, ale przede wszystkim by zapadały w pamięć dzięki swej angażującej formie, oraz by dostarczały wiedzę i umiejętności, które da się łatwo wdrożyć w codzienną pracę.

Nowe potrzeby, nowe rozwiązania

Odpowiedzią na stale rosnące i zmieniające się potrzeby organizacji, ale też samych pracowników, w obszarze rozwojowym jest Integrated learning – nowoczesny proces uczenia, odbywający się w oparciu o dotychczasowe doświadczenia zawodowe uczestników i w ramach wykonywanej przez nich codziennej pracy. Tym, co wyróżnia Integrated learning od dotychczasowego podejścia do przekazywania wiedzy, jest realne zaangażowanie uczestnika szkolenia w cały proces – nie tylko w trakcie jego trwania, ale również przed i po jego zakończeniu oraz przeniesienie działań rozwojowych w jego naturalne środowisko pracy, w którym pozykiwana wiedza i umiejętności mogą być od razu implementowane. Zdobywanie nowych kompetencji staje się zatem rozciągniętym w czasie wieloetapowym cyklem, najbardziej jak to tylko możliwe dopasowanym do zawodowej codzienności osoby szkolonej.

Celem Integrated learningu jest możliwie jak największe zaktywizowanie odbiorcy i skuteczne przekazanie mu wiedzy, z której będzie mógł korzystać każdego dnia. Do osiągnięcia tego celu wykorzystuje się m.in.: webinaria, coaching, video coach, tele klasy, shadowing, e-learning, szkolenia „on the job”, warsztaty procesowe, zaangażowanie przełożonych do pracy z uczestnikami czy Coachingowy Trening Sprzedażowy (CTS). Niezwykle ważną rolę również pełni trener, który w przypadku tego rodzaju szkoleń ulega transformacji, a sam trener staje się nieodłącznym partnerem i wsparciem dla uczestnika podczas całego procesu rozwojowego. Integrated learning to metoda stosowana obecnie na całym świecie, która doceniana jest przez pracodawców i pracowników za efektywność rozwijania oraz poszerzania umiejętności zawodowych, a także formę sprawiającą, że proces szkoleniowy staje się wciągającą, angażującą i fascynującą przygodą.

szar, dzięki któremu w niedalekiej przyszłości możliwe będzie jeszcze sprawniejsze i jeszcze bardziej angażujące uczestnika prowadzenie programów rozwojowych, uatrakcyjnianych przez różnego rodzaju narzędzia powstające w wyniku mariażu tradycyjnych metod szkoleniowych z nowoczesnymi technologiami. Stały wzrost znaczenia nowinek technologicznych również w obszarze szkoleniowym jest nieunikniony ze względu na zmianę ludzkich zachowań i coraz większą liczbę godzin spędzanych przed różnego rodzaju i różnej wielkości ekranami. To właśnie poprzez nie obecnie można najbardziej efektywnie docierać do odbiorców przekazu, również tego edukacyjnego. I to właśnie je będzie chciała skutecznie wykorzystywać branża szkoleniowa.

umiejętności humanistycznych, które w obliczu czwartej rewolucji przemysłowej i stale postępujących procesów robotyzacji oraz automatyzacji staną się tymi najbardziej potrzebnymi i docenianymi przez pracodawców. Największy nacisk kładziony będzie zatem na te obszary i kompetencje, które po pierwsze pozwolą zachować miejsca pracy w obszarach, w których technologie lub sztuczna inteligencja nie są w stanie zastąpić człowieka, po drugie pozwolą na efektywną współpracę na linii człowiek–maszyna i radzenie sobie z różnymi emocjami oraz wyzwaniem, które będą temu towarzyszyć. Przyszłość rynku szkoleń kryje się w potrzebach ludzi, ich zrozumieniu znaczenia nieustannego procesu edukacji w obliczu zmian na rynku pracy i rozwoju technologii. Ukryta jest w zmianach ludzkich zachowań, obawach o przyszłość, chęci poznawania i rozwoju. To, jak wyglądać będzie oferta firm szkoleniowych lub indywidualnych trenerów za 3, 5 czy 10, lat będzie zależało w największym stopniu od aktualnego w danym momencie podejścia samych zatrudnionych. To oni bowiem dyktują warunki pracodawcom, którzy walcząc o pozyskanie i zatrzymanie najlepszych muszą zagwarantować im takie możliwości zdobywania nowych kompetencji, o jakich myślą oni w danym momencie. Rolą firm szkoleniowych, które chcą odpowiadać na obecne trendy, jest zatem stale wsłuchiwanie się w potrzeby rozwojowe pracowników, bo choć to organizacje są nazywane „klientami”, to jednak prawdziwymi klientami są uczestnicy programów rozwojowych, którzy mają zaspokoić swoje potrzeby edukacyjne. Ich zrozumienie i dostarczenie im efektywnych programów odpowiadających ich aktualnym wymogom w obszarze rozwoju jest bowiem kluczem do sukcesu firmy działającej na rynku szkoleń przyszłości.

Konkurencja

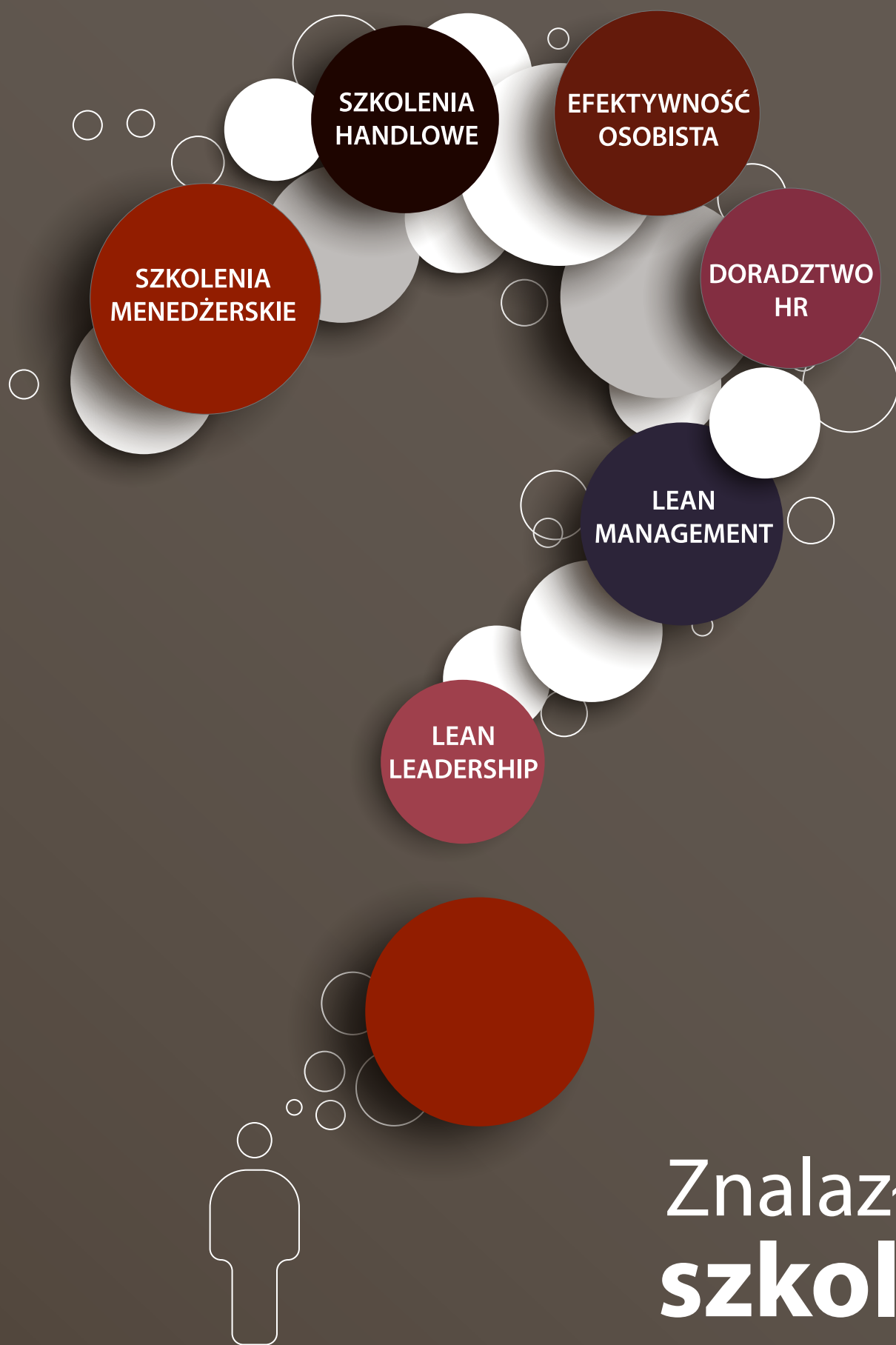
Rynek szkoleniowy przeżywający w ostatnich latach dynamiczny wzrost stał się łakomym kąskiem dla wielu osób, które chcą zarabiać na życie ucząc innych. Na rynku pojawiło się wiele jednoosobowych lub bardzo małych firm świadczących usługi rozwojowe dla kadr. Spowodowało to ogromne rozdrobnienie rynku oraz drastyczny spadek jakości niektórych oferowanych szkoleń. Ten niezbyt korzystny trend będzie się najprawdopodobniej utrzymywał również w najbliższych latach, w których wraz ze stałym wzrostem potrzeb edukacyjnych organizacji będą pojawiać się kolejni, nie do końca wykwalifikowani i kompetentni trenerzy. Na znaczeniu zyska zatem możliwość zweryfikowania poziomu oferowanych usług szkoleniowych dzięki rzetelnym rankingom i zestawieniom oraz konieczność odgórnego uregulowania obszaru oceny oferowanych przez rynek usług.

Kompetencje bardzo ludzkie

W najbliższym czasie branża szkoleniowa w dużym stopniu skupiona będzie na skutecznym rozwoju

Co przed nami? Technologie

Już teraz obserwować możemy dynamiczny rozwój narzędzi i rozwiązań technologicznych wspierających procesy uczenia. Edu tech to ob-



A Ty?
Znalazłeś już
szkolenie
dla swojego **zespołu?**



WIERZYM W LUDZI, SZKOLIMY ZESPOŁY

Proponujemy właściwe rozwiązania dla Twojej firmy. Skontaktuj się i zobacz, jakie projekty zrealizowaliśmy i jak oceniają nas nasi klienci.

☎ 61 661 30 80

✉ biuro@integra-consulting.pl

🌐 www.integra-consulting.pl

SZKOLENIA W POLSCE

Każde działanie rozwojowe, jeżeli ma być korzystne i ma zakończyć się sukcesem, musi przebiegać w zgodzie z zaplanowanym harmonogramem i ma doprowadzić do dokładnie określonych celów.



Szkolenia – czynnik zapewniający sukces rynkowy firmy



Paweł Kacprzak

Trener, Lauren Peso Polska

Gwałtownie zmieniające się otoczenie rynkowe, coraz bliższy moment pełnego otwarcia na produkty i usługi pochodzące z UE oraz coraz silniejsza penetracja naszego rynku przez międzynarodowe koncerny doprowadziła do sytuacji, iż nawet przedsiębiorstwa, które są liderami w swoich branżach, muszą podejmować działania związane z reorganizacją wciąż jeszcze skutecznej struktury oraz procesów. Wykorzystanie reorganizacji struktur przedsiębiorstwa do zyskania przewagi konkurencyjnej wymaga celowego, systematycznego i konsekwentnego postępowania, szczególnie w zakresie rozwijania potencjału pracowników. Wymaga precyzyjnie zaplanowanej i dokładnie przygotowanej strategii rozwoju kadrowego.

Zarząd przedsiębiorstwa, podejmując decyzje o zainicjowaniu i kierunku zmian, musi jednocześnie stworzyć pełen schemat strategii szkoleniowej związanej z planowanymi zmianami. W przypadku większości firm nie ma problemów z przygotowaniem biznesplanu, strategii, planu marketingowego, informacji dla klientów czy udziałowców. Z reguły – niestety – zaniebawiani są w tym przypadku pracownicy przedsiębiorstwa, od których z jednej strony coraz więcej się wymaga, a z drugiej zapominamy o potrzebie wspierania potencjału naszych ludzi.

Najważniejszym zasobem firmy są ludzie

Podejmując realizację ambitnych planów rozwoju firmy należy uwzględnić fakt, że najważniejszym zasobem firmy są ludzie, którzy dostarczają jej swoją pracę, uzdolnienia, twórczość i energię. Do najistotniejszych elementów zarządzania należy zatem wybór, przekonanie i wspieranie ludzi, którzy najwięcej pomogą firmie w realizacji jej celów. Bez kompetentnych ludzi firma albo będzie zdążać zbyt wolno do wyznaczonych celów, albo napotka trudności w realizacji wynikające z braku kompetencji lub motywacji. Stara chińska mądrość głosi że „Każda droga prowadzi do celu, jeżeli nie wiemy dokąd zmierzamy”. Każde działanie rozwojowe, jeżeli ma być korzystne i ma zakończyć się sukcesem, musi przebiegać w zgodzie z zaplanowanym harmonogramem i ma doprowadzić do dokładnie określonych celów. Literatura przedmiotu oraz praktyczne przykłady pokazują wielorakość metodologii opisujących podejście do procesów rozwoju pracowników restrukturyzacji. Można śmiało postawić tezę (choć w tym miejscu nie ma możliwości na przedstawienie pełnego dowodu), że im lepiej przygotowane procesy i działania związane z informowaniem i angażowaniem pracowników w zmiany, tym większe prawdopodobieństwo zakończenia reorganizacji pełnym sukcesem.

Osiągnąć efekt

Najbardziej efektywne rozwojowo warsztaty mają charakter interaktywnych sesji grupowych, gdzie trener występuje w roli moderatora prowadzącego pracę w zaplanowanym kierunku. Podczas spotkań dyskutowane są doświadczenia poszczegól-

nych uczestników, definiowane powody sukcesu lub porażki zastosowanych rozwiązań, generowane i oceniane alternatywne rozwiązania oraz budowane schematy (w ocenie uczestników) optymalnych rozwiązań. Wszystkie zajęcia wymagają pewnego przygotowania i administrowania. Trener pełni rolę organizatora – koordynatora ułatwiającego bezproblemowy przebieg zajęć.

Podczas zajęć zwracać trzeba szczególną uwagę na stworzenie klimatu zaufania, pomocy i akceptacji oraz, co jest równie ważne, atmosfery otwartości podczas prowadzenia szczegółowych analiz, komentarzy i prowadzenia dyskusji. Prowadzący ma za zadanie doprowadzenie do optymalnej równowagi pomiędzy zbyt surową lub zbyt rozluźnioną atmosferą, które nie sprzyja, zdobywaniu wiedzy i doskonaleniu umiejętności. Rozpoczynanie lub prowadzenie szkoleń bez mechanizmów pozwalających na rozładowanie napięć, emocji lub rozwiązanie osobistych trudności uczestnika jest nieetyczne.

Efektom pracy zespołu podczas każdego szkolenia powinno być:

- zapoznanie się z zagadnieniami i alternatywnymi rozwiązaniami dotyczącymi omawianego tematu
- dokonanie oceny podejmowanych dotychczas działań
- zrozumienie powodów porażek lub sukcesów poszczególnych rozwiązań
- dokonanie analizy SWOT rozwiązań, które przyniosły zakładany rezultat w celu jeszcze mocniejszego usprawnienia tego rozwiązania
- dokonanie benchmarku z rozwiązaniami zastosowanymi przez inne firmy.

Podczas pracy w trakcie bloków tematycznych uczestnicy powinni pod przewodnictwem trenera wypracować

narzędzia (zawierające się w tematach poszczególnych warsztatów), których celem będzie usprawnienie i ujednoczenie zasadniczych elementów ich pracy.

Sukces rozwojowy uczestników szkoleń uzależniony jest od kilku czynników, na które konieczne należy zwrócić uwagę decydując się na konkretne szkolenie oferowane przez konkretną firmę:

- nauka przez wykład i tylko słuchanie, ponieważ jest trudniej przyswajalna niż bezpośrednie doświadczenie, ma ograniczoną wartość,
 - bezpośrednie doświadczenie jest kluczem do wiedzy
 - stopień indywidualnego rozwoju różni się i zależy od jednostki
 - eksperymentowanie i podejmowanie ryzyka są niezbędnymi komponentami efektywnych programów rozwoju
 - rozwój zespołu jest procesem ciągłym, ponieważ stale określane są nowe potrzeby i nowe zadania do realizacji
 - relacje między ludźmi w pracy mogą być poprawione poprzez systematyczne podwyższanie kwalifikacji i właściwy stosunek emocjonalny (nastawienia) pracowników.
- Uczestnicy szkoleń mogą lepiej poznać własne możliwości, zdefiniować swoje mocne i słabe strony, poznać sposoby motywowania podwładnych, sposoby efektywnej komunikacji, zasady planowania i rozliczania pracy współpracowników i podwładnych. Warsztaty ułatwią uczestnikom lepsze zrozumienie problemów i motywacji własnej oraz podlegających im pracowników, a co za tym idzie poprawią wzajemne relacje. Podczas warsztatów zostaną wypracowane narzędzia, których celem

będzie ułatwienie zarządzania grupami sprzedawców i pracowników pionu handlowego.

Nasza recepta na sukces

- Uczestnicy zajęć powinni się czuć dobrze we własnym towarzystwie.
- Cele i założenia zajęć powinny być szczegółowo wyjaśnione.
- Uczestnicy powinni być zachęceni do eksperymentowania, wyciągania wniosków z przeprowadzonych doświadczeń i analizowania zdobytej wiedzy i umiejętności.
- Należy rozwinąć umiejętności pomagające uczestnikom w krytycznej analizie doświadczeń i rezultatów.
- Należy pomóc uczestnikom w tworzeniu planu integracji zdobytej wiedzy i doświadczenia z wykonywanymi w pracy zadaniami.

Podsumowanie

W przypadku dużej części restrukturyzowanych przedsiębiorstw ich pracownicy pytani o stosunek do zmian podczas badań opinii zespołu pracowniczego często podkreślają zrozumienie dla konieczności zmian i deklarują chęć brania w nich czynnego udziału. Jednak również często ci sami respondenci wskazują, że bardzo trudno im się zaangażować w działania, o których niewiele wiedzą, a dodatkowo wiążą się one z nieokreślonym, ale rzeczywistym ryzykiem.

Powyżej przedstawiona została rola jednego z najistotniejszych czynników powodzenia procesu reorganizacji, jakim jest sprawna komunikacja zmian. Im więcej czasu i pracy poświęcimy na precyzyjne zdefiniowanie, kto co powinien wiedzieć i włożymy dostatecznie dużo wysiłku w przekazanie tych informacji możemy założyć, że opór wobec zmian będzie znacznie mniejszy.

Najlepsze firmy szkoleniowe

	Nazwa firmy	Osoba zarządzająca (imię i nazwisko)	wysokość przychodów (pkt)	forma szkoleń (pkt)	zakres szkoleń (pkt)	liczba wykładowców (pkt)	liczba klientów instytucjonalnych (pkt)	liczba klientów indywidualnych (pkt)	punkcja dynamika przychodów	suma punktów
1	Konsorcjum Szkoleniowo-Doradcze Gamma	Dawid Didiuk, Kamil Pękala	90	5	8	16	20	25	0	164
2	MDDP	Adam Niedziółka	90	3	8	17	20	25	0	163
3	Certes	Norbert Oglaza	60	5	8	14	20	20	30	157
4	Altkom Akademia	Tadeusz Alster	90	4	4	17	20	0	20	135
5	EMT-Systems	Grzegorz Wszolek	70	3	4	9	18	16	10	130
6	Integra Consulting Poland	Marek Małkiewicz	30	5	8	7	17	25	20	112
7	Russell Bedford Poland Akademia	Wojciech Ośka	0	5	8	0	20	17	60	110
8	Progress Project	Jacek Borsukiewicz	30	3	7	11	19	14	20	104
9	TRAINBRAIN POLSKA	Michał Łęgowski	0	4	2	5	6	45	40	102
10	GRUPA ODITK	Piotr Grzechowiak	20	5	8	7	16	25	20	101
11	NT Group	Sylwester Pogorzelski	10	5	3	5	16	16	40	95
12	Centrum Szkoleniowe COMARCH	Wojciech Czerepak	30	5	4	8	20	17	10	94
13	Llidero	Przemysław Kędzia	0	1	7	6	8	25	10	57
13	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	Joseph Wera	0	2	6	5	7	17	20	57
14	The TOWER	Agnieszka Marjankowska	10	4	1	17	14	0	10	56
15	Lauren Peso Polska	Adrian Tabor	0	5	8	8	18	12	0	51
16	Biznes MBA Adam Grzesik	Adam Grzesik	0	1	2	5	0	14	20	42
17	HILLWAY Training & Consulting Sp. J.	Marzena Sawicka, Ewa Drumlak, Marcin Kalinowski	0	5	8	7	14	0	0	34
18	Human Skills	Iwona Firmanty	0	3	4	5	13	8	0	33
19	SYNTEZA [Szkolenia-Konsulting]	Jolanta Pilarczyk	0	4	6	5	14	0	0	29
20	TOMORROW	Dorota Draczyńska	5	2	6	5	7	0	0	25
21	PROFES	Artur Olszewski	5	4	3	5	5	0	0	22
22	MPM Productivity Management	Agata Buszczak-Męcina	5	3	1	5	0	0	0	14

WYRÓŻNIENIA

FIRMA SZKOLENIOWA ROKU 2019

Rozwój to proces. Proces do którego zaprosić powinniśmy samych siebie bez względu na etap życia, w jakim akurat jesteśmy. Zapraszamy nas do niego także coraz częściej pracodawcy. To dzięki nim trafiamy na szkolenia, coaching, spotykamy mentorów, poznajemy różne techniki i narzędzia wspomagające poszerzanie naszych umiejętności i pozwalające odkryć nam nasz własny, niejednokrotnie głęboko ukryty potencjał. Żeby mogli nam dostarczyć najlepszą usługę w zakresie rozwoju kompetencji, muszą trafić na jej odpowiednich dostawców. Mamy nadzieję, że nasz cykliczny ranking ułatwi to zadanie. Prezentujemy Państwu listę firm szkoleniowych,

które oferują rynkowi bardzo szeroki i różnorodny zakres usług. Zakładamy, że dzięki naszemu zestawieniu łatwiej będzie Państwu zdecydować, która z nich dostarcza coś, co Państwa przedsiębiorstwu jest najbardziej potrzebne. Przyjrzyjcie się też Państwo firmom, które otrzymały od nas wyróżnienie. W naszej ocenie mają coś, co w zakresie świadczenia usług kompetencyjnych jest niezwykle ważne – są skoncentrowane na indywidualnych potrzebach klienta. Dla poszerzenia wiedzy zapraszamy też do lektury tekstów przygotowanych przez ekspertów z rynku. Ich wiedza i kompetencje na pewno poszerzą nasze horyzonty.



Firma szkoleniowa, która udowadnia swoim klientom, że zaplanowany rozwój kompetencji specjalistycznych, menedżerskich i miękkich buduje najcenniejszy zasób organizacji, jakim są dobrze dopasowani stanowiskowo oraz zamotywowani pracownicy.

Firma realizuje projekty audytu kompetencji i potencjału Assessment Center/Development Center. Specjalizuje się w stosowaniu narzędzi Extended DISC oraz Insight Discovery w określeniu stylów postrzegania. Wspiera klientów, realizując sesje coachingowe. Prowadzi projekt szkoleniowy Sukces Kobiety Biznesu. Realizuje eventy i teambuildingi umacniające współpracę zespołową. Eksperti Human Skills, po analizie potrzeb rozwojowych, rekomendują rzetelne narzędzia. Wspierają edukację klientów, aby mogli osiągać możliwie najwyższą pozycję na konkurencyjnych rynkach. Przedstawiciele firmy są dumni z wieloletniej współpracy z klientami. Sukces klienta jest sukcesem Human Skills.

Firma doradczo-szkoleniowa Integra Consulting Poland wspiera przedsiębiorstwa w podnoszeniu kompetencji pracowników, realizując szkolenia menedżerskie, handlowe, optymalizację procesów, coaching, mentoring, a także rekrutację i doradztwo HR. Prowadzi szkolenia z narzędzi Lean Management, projekty wdrożeniowe oraz sesje Lean Leadership wspierające firmy w drodze do podnoszenia efektywności biznesowej oraz wzmocnienia zaangażowania i odpowiedzialności w zespołach. Realizując projekty optymalizacyjne i biznesowe, bierze współodpowiedzialność za efekty i wyniki prowadzonych działań. W trakcie realizacji warsztatów korzysta z ponad 60 licencjonowanych gier szkoleniowych i symulacyjnych. Posiada zespół ekspertów w obszarze badania kompetencji metodą Assessment Center i Development Center. Oferuje szkolenia dla: zarządów i kierownictwa, specjalistów, działów sprzedaży i obsługi klienta, a także mistrzów, brygadzystów i liderów produkcji. Prowadzi szkolenia w języku angielskim, a także wspiera firmy zatrudniające pracowników z Ukrainy prowadząc warsztaty w języku ukraińskim dla wyłaniających się liderów i kluczowych specjalistów. Top menedżerów wspiera w procesach coachingowych. Ponad 67 proc. klientów współpracuje z firmą dłużej niż 2 lata.

Wiodąca na rynku polska firma świadcząca kompleksowe usługi doradcze w zakresie podatków, prawa, business consultingu, finansów, outsourcingu księgowości i naliczania wynagrodzeń, corporate finance oraz profesjonalnych szkoleń i konferencji. Od 2004 r. stale powiększa zespół doradców z doświadczeniem zdobytym zarówno w uznanych firmach doradczych, jak i największych przedsiębiorstwach na polskim rynku. Wśród klientów firmy są czołowe koncerny międzynarodowe oraz największe polskie spółki ze wszystkich sektorów gospodarki. MDDP traktuje zaufanie jako podstawę udanej współpracy. Dla każdego klienta starannie dobiera zespół doradców reprezentujących wiele różnych dziedzin, a ścisła współpraca pozwala na zrozumienie specyfiki ich organizacji. Firma wspiera klientów w podejmowaniu najistotniejszych decyzji biznesowych. Łączy międzynarodowe doświadczenie w biznesie ze znajomością przepisów i specyfiką danej branży. Koncentruje działania głównie na rynku polskim, gwarantując pełne zaangażowanie i indywidualne podejście do współpracy. Wieloletnie doświadczenie i szereg zakończonych sukcesem projektów dały MDDP podstawy do stworzenia efektywnej platformy współpracy z klientami. Analizując ich problemy, firma wykorzystuje dostępną wiedzę i zasoby, by przedstawić rozwiązania atrakcyjne nie tylko na papierze.

Najlepsze firmy szkoleniowe wg formy szkoleń

	Nazwa firmy	zamknięte	otwarte	wykłady	webinary	e-learning	punkcja
1	Konsorcjum Szkoleniowo-Doradcze Gamma	tak	tak	tak	tak	tak	5
1	Russell Bedford Poland Akademia	tak	tak	tak	tak	tak	5
1	Integra Consulting Poland	tak	tak	tak	tak	tak	5
1	Certes	tak	tak	tak	tak	tak	5
1	GRUPA ODITK	tak	tak	tak	tak	tak	5
1	Centrum Szkoleniowe COMARCH	tak	tak	tak	tak	tak	5
1	NT Group	tak	tak	tak	tak	tak	5
1	Lauren Peso Polska	tak	tak	tak	tak	tak	5
1	HILLWAY Training & Consulting Sp. J.	tak	tak	tak	tak	tak	5
2	Altikom Akademia	tak	tak	tak	tak	nie	4
2	TRAINBRAIN POLSKA	nie	tak	tak	tak	tak	4
2	PROFES	tak	nie	tak	tak	tak	4
2	The TOWER	tak	nie	tak	tak	tak	4
2	SYNTEZA [Szkolenia-Konsulting]	tak	tak	tak	tak	nie	4
3	EMT-Systems	tak	tak	tak	nie	nie	3
3	Progress Project	tak	tak	tak	nie	nie	3
3	MPM Productivity Management	tak	tak	tak	nie	nie	3
3	Human Skills	tak	tak	tak	nie	nie	3
3	MDDP	tak	tak	tak	nie	nie	3
4	TOMORROW	nie	nie	nie	tak	tak	2
4	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	tak	tak	nie	nie	nie	2
5	Llidero	nie	nie	nie	nie	tak	1
5	Biznes MBA Adam Grzesik	nie	tak	nie	nie	nie	1

1 pkt za każde tak

Najlepsze firmy szkoleniowe wg zakresu szkoleń

	Nazwa firmy	finanse	marketing	prawo	biznes	języki obce	interpersonalne, coaching	obsługa informatyczna	inne (jakie?)	punkcja
1	Konsorcjum Szkoleniowo-Doradcze Gamma	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	8
1	Russell Bedford Poland Akademia	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	8
1	Integra Consulting Poland	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	8
1	Certes	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	8
1	GRUPA ODITK	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	8
1	MDDP	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	8
1	Lauren Peso Polska	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	8
1	HILLWAY Training & Consulting Sp. J.	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	tak	8
2	Progress Project	tak	tak	tak	tak	nie	tak	tak	tak	7
2	Llidero	tak	tak	tak	tak	tak	nie	tak	tak	7
3	TOMORROW	tak	nie	tak	tak	nie	tak	tak	tak	6
3	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	tak	tak	tak	tak	nie	tak	nie	tak	6
3	SYNTEZA [Szkolenia-Konsulting]	tak	tak	tak	tak	nie	tak	nie	tak	6
4	Altikom Akademia	nie	nie	nie	tak	nie	tak	tak	tak	4
4	EMT-Systems	nie	nie	tak	tak	nie	nie	tak	tak	4
4	Human Skills	nie	nie	tak	tak	nie	tak	nie	tak	4
4	Centrum Szkoleniowe COMARCH	tak	tak	nie	tak	nie	nie	tak	nie	4
5	NT Group	nie	nie	nie	tak	nie	tak	tak	nie	3
5	PROFES	nie	nie	nie	tak	nie	tak	nie	tak	3
6	TRAINBRAIN POLSKA	nie	nie	nie	tak	nie	tak	nie	nie	2
6	Biznes MBA Adam Grzesik	tak	nie	nie	tak	nie	nie	nie	nie	2
7	MPM Productivity Management	nie	nie	nie	nie	nie	nie	nie	tak	1
7	The TOWER	nie	nie	nie	nie	tak	nie	nie	nie	1

SZKOLENIA W POLSCE

Biznesowe tempo, ograniczenia związane z brakiem czasu na dojazdy czy też po prostu praca w zespołach rozproszonych powoduje, że zdalne klasy zyskują na popularności.



NOWOCZESNE ROZWIĄZANIA W PROCESACH ROZWOJOWYCH

Od kilku lat obserwujemy cztery dominujące trendy, które mają wpływ na procesy rozwojowe: personalizację rozwoju, tech-mobilność (wykorzystanie narzędzi online), symplifikację (rozumianą jako skracanie, upraszczanie form rozwojowych) oraz grywalizację. Są one rezultatem zmiany pokoleniowej w firmach, wszechobecnej technologii i rzeczywistości VUCA.



Iwona Skiba

dyrektor Obszaru Szkoleń Psychologii Biznesu, wiceprezes zarządu, GRUPA ODITK



Joanna Parchem

dyrektor Obszaru Gier i Symulacji Biznesowych, GRUPA ODITK

Odpowiedzią na te trendy są nowoczesne rozwiązania wykorzystywane w procesach rozwojowych. Poniżej omawiamy takie, po które często sięgamy.

Gry – let's have some fun

Super poważny zawodowy świat zmienia oblicze. Domaga się świeżości, lekkości i funu. Stąd niestabnąca popularność wykorzystywania gier w procesach rozwojowych. Dobrze zaprojektowana i wdrona grywalizacja wywołuje dodatkową motywację. Ważne, by w pracy nad nią nie przesadzić z ilością założeń i pomysłów. Trzeba również dobrze zidentyfikować potrzebę biznesową, na którą ma odpowiedzieć tworzona grywalizacja, a następnie odpowiedzieć na pytanie, dlaczego grywalizacja będzie najwłaściwszym sposobem zaspokojenia tej potrzeby. Jakie zachowa-

nia ma wywołać i czy te zachowania wpłyną na osiągnięcie celu? Kluczowe jest także uwzględnienie perspektywy użytkownika. Ważną kwestią jest na przykład pokolenie, które reprezentują uczestnicy grywalizacji. Gracze generacji X będą oczekiwać czegoś innego niż przedstawiciele pokolenia Y. Inne kanały komunikacji będą dla nich intuicyjne: X preferują komunikację e-mail, Y – sms. Innego języka będą oczekiwać: X bardziej formalnego, a Y „na luzie”. Inne elementy wydadzą im się atrakcyjne i interesujące. Inne motywatory będą dla nich skuteczne, inne elementy dopuszczalne.

Symulacje hybrydowe

Symulacje biznesowe (planszowo-komputerowe) od dawna cieszą się popularnością, ponieważ poprzez swoją aktywizującą formę pozwalają na uzyskanie pełnego zaangażowania uczestników, wyzwają adrenalinę oraz naturalną chęć rywalizacji. Są znakomitą okazją, aby „pochwalić” się zdobytą wcześniej wiedzą i wykorzystać ją w praktycznym działaniu w trakcie rozgrywki. Wykorzystują technikę nauki poprzez działanie (Experiential Learning) oraz wspomnianą wyżej grywalizację. Postęp technologiczny ma wpływ również na tę formę rozwojową. Pojawiły się symulacje hybrydowe, które odbywają się częściowo w przestrzeni wirtualnej, a częściowo w realnej.

Złożone zagadnienia czy skomplikowane umiejętności nie są najlepszym materiałem na microlearning. Ale kiedy mówimy o doskonaleniu bardziej cząstkowych umiejętności czy wiedzy, doskonale się sprawdza. Ważne, by pigułki wiedzy tworzyć tak, aby odbiorcy byli w stanie swobodnie je „przełknąć”. Przekaz powinien być krótki, skoncentrowany na cząstkowej umiejętności/zagadnieniu, dostępny online (możliwy do odtworzenia na różnych urządzeniach).

Zdane zagadnienia czy skomplikowane umiejętności nie są najlepszym materiałem na microlearning. Ale kiedy mówimy o doskonaleniu bardziej cząstkowych umiejętności czy wiedzy, doskonale się sprawdza. Ważne, by pigułki wiedzy tworzyć tak, aby odbiorcy byli w stanie swobodnie je „przełknąć”. Przekaz powinien być krótki, skoncentrowany na cząstkowej umiejętności/zagadnieniu, dostępny online (możliwy do odtworzenia na różnych urządzeniach).

Pigułki wiedzy, czyli siła microlearningu

Microlearning to sztuka dzielenia wiedzy, czy też umiejętności, na mniejsze, bardziej zjadliwe części i zamykanie ich w pigułkach udostępnianych online. Kto nie chciałby uczyć się szybciej, łatwiej, efektywniej? Chodzi tu o dostarczenie odbiorcom skondensowanych informacji „na wyciągnięcie ręki”. Sztuką w efektywnym wykorzystaniu microlearningu jest identyfikowanie cząstek wiedzy i umiejętności, które składają się na większą całość. Weźmy na tapetę supersprzedawcę. Jakie najmniejsze części wiedzy i umiejętności składają się na jego sukces? Ich zbiór stanowi piękną kiść winogron, a każde grono to mikroczęść wiedzy i umiejętności, którą wykorzystuje. Część z gron nadaje się do pracy w formie microlearningu, np. praca z obiekcjami klienta związanymi z ceną czy też wiedza o konkretnym produkcie.

Złożone zagadnienia czy skomplikowane umiejętności nie są najlepszym materiałem na microlearning. Ale kiedy mówimy o doskonaleniu bardziej cząstkowych umiejętności czy wiedzy, doskonale się sprawdza. Ważne, by pigułki wiedzy tworzyć tak, aby odbiorcy byli w stanie swobodnie je „przełknąć”. Przekaz powinien być krótki, skoncentrowany na cząstkowej umiejętności/zagadnieniu, dostępny online (możliwy do odtworzenia na różnych urządzeniach).

Zdalne klasy

Biznesowe tempo, ograniczenia związane z brakiem czasu na dojazdy czy też po prostu praca w zespołach rozproszonych powoduje, że zdalne klasy zyskują na popularności. Rozwiązanie to polega na tym, że uczestnicy biorą udział w szkoleniu online. Kameralne grupy i przygotowanie techniczne sprawia, że wszyscy się widzą i słyszą w czasie rzeczywistym. Dobrze przygotowane szkolenia w tej formie wymaga współuczestnictwa równoległe dwóch prowadzących: trenera oraz osoby towarzyszącej, która jest odpowiedzialna za techniczne aspekty wydarzenia (w tym bieżącą pomoc uczestnikom, techniczne zarządzanie aktywnościami uczestników, pomoc trenerowi) oraz zaplecza technicznego (kamery, nagłośnienie, szybkie łącze internetowe). Forma ta doskonale sprawdzi się w szkoleniach typowo wiedzy, a także jako follow-up wzmacniający efekty tradycyjnych warsztatów.

Storywatching

58 proc. pracowników preferuje naukę z miejsca pracy. 49 proc. chce się uczyć dokładnie wtedy, kiedy danej wiedzy potrzebuje. Taką możliwość daje content video. Nic więc dziwnego, że coraz częściej jest wykorzystywany w działaniach rozwojowych. Storywatching to przekaz video zabarwiony osobistymi elementami. Można nazywać go „storytellingiem na video sterydach”. W zasobach firmowych pojawia się coraz więcej dedykowanych materiałów tworzonych właśnie w oparciu o tę formę. Najczęściej dotyczą one: standardów obsługi klientów, wiedzy o obowiązujących procedurach wewnętrznych, reguł wspólnej pracy czy wiedzy produktowej. Forma video jest w tych kwestiach o niebo lepsza od tradycyjnego przekazu tekstowego, który często jest dla mózgu zwyczajnie nudny. Tym bardziej, że z przekazu video zapamiętujemy 80 proc., a z czytanego tekstu jedynie 20 proc. Możliwości wykorzystania storywatchingu jest wiele. Odpowiednio przygotowane klipy video mogą służyć takim celom jak integracja pracowników, wzmocnienie relacji na różnych szczeblach organizacji, wymiana doświadczeń i czerpanie z nich inspiracji czy też budowanie silniejszych relacji z otoczeniem rynkowym. Mądrze wykorzystana technologia pozwala realizować ciekawsze i bardziej efektywne procesy rozwojowe, które skutecznie wspierają bardziej tradycyjne formy. Karmi ona także potrzeby uczestników tych procesów: ciekawości, nowości, inspiracji i personalizacji.

Najlepsze firmy szkoleniowe wg wielkości przychodów

	Nazwa firmy	Osoba zarządzająca (imię i nazwisko)	Przychody po I półroczu 2019 r. (w tys. zł)	punktacja
1	Altkom Akademia	Tadeusz Alster	24 500,00	90
2	MDDP	Adam Niedziółka	20 700,00	90
3	Konsorcjum Szkoleniowo-Doradcze Gamma	Dawid Didiuk, Kamil Pękala	17 985,00	90
4	EMT-Systems	Grzegorz Wszolek	8 271,75	70
5	Certes	Norbert Ogłaza	7 740,00	60
6	Integra Consulting Poland	Marek Małkiewicz	4 700,00	30
7	Centrum Szkoleniowe COMARCH	Wojciech Czerepak	4 230,00	30
8	Progress Project	Jacek Borsukiewicz	4 105,00	30
9	GRUPA ODITK	Piotr Grzechowiak	3 702,00	20
10	NT Group	Sylwester Pogorzelski	2 665,00	10
11	The TOWER	Agnieszka Marjankowska	2 600,00	10
12	TOMORROW	Dorota Draczyńska	1 783,60	5
13	MPM Productivity Management	Agata Buszczak-Męcina	1 459,00	5
14	PROFES	Artur Olszewski	1 340,00	5
15	Llideo	Przemysław Kędzia	800,00	0
16	Russell Bedford Poland Akademia	Wojciech Ośka	716,00	0
17	Biznes MBA Adam Grzesik	Adam Grzesik	701,00	0
18	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	Joseph Wera	670,00	0
19	TRAINBRAIN POLSKA	Michał Łęgowski	240,00	0

1-2 mln – 5 pkt	5,1-6 mln – 40 pkt	9,1-10 mln – 80 pkt
2,1-3 mln – 10 pkt	6,1-7 mln – 50 pkt	powyżej 10 mln – 90 pkt
3,1-4 mln – 20 pkt	7,1-8 mln – 60 pkt	
4,1-5 mln – 30 pkt	8,1-9 mln – 70 pkt	

Najlepsze firmy szkoleniowe wg dynamiki przychodów

	Nazwa firmy	Przychody po I półroczu 2019 r. (w tys. zł)	Przychody po I półroczu 2018 r. (w tys. zł)	zmiana procentowa	pkt
1	Russell Bedford Poland Akademia	716	454	57,71	60
2	TRAINBRAIN POLSKA	240	180	33,33	40
3	NT Group	2665	2016	32,19	40
4	Certes	7740	6370	21,51	30
5	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	670	563	19,01	20
6	Progress Project	4105	3503	17,19	20
7	GRUPA ODITK	3702	3196	15,83	20
8	Biznes MBA Adam Grzesik	701	607	15,49	20
9	Altkom Akademia	24 500	21 300	15,02	20
10	Integra Consulting Poland	4700	4100	14,63	20
11	The TOWER	2600	2400	8,33	10
12	Centrum Szkoleniowe COMARCH	4230	3950	7,09	10
13	Llideo	800	770	3,90	10
14	EMT-Systems	8271,75	8157,89	1,40	10
15	MPM Productivity Management	1459	1470	-0,75	0
16	MDDP	20700	33500	-38,21	0
17	PROFES	1340	2490	-46,18	0
18	TOMORROW	1 783,6	3 619,5	-50,72	0

0 i mniej – 0 pkt	30,1 – 40 proc. – 40 pkt
0,1 – 10 proc. – 10 pkt	40,1-50 proc. – 50 pkt
10,1 – 20 proc. – 20 pkt	powyżej 50 proc. – 60 pkt
20,1 – 30 proc. – 30 pkt	

Szkolenia, ale po co?

Dzięki coraz większemu wpływowi wszechobecnej technologii rynek pracy ulega głębokim modyfikacjom i zapotrzebowanie na określony zakres wiedzy i umiejętności zmienia się nieustannie. Nie chodzi o to, że brakuje miejsc pracy, ale wymagają one zupełnie nowych umiejętności.

dr Anita

Dąbrowicz-Tłałka, doc. PG

z-ca Dyrektora Centrum Nauczania
Matematyki i Kształcenia na
Odległość Politechnika Gdańska

Przykładowo w 1900 r. w USA około 40 proc. miejsc pracy znajdowało się na farmach. Dzisiaj ten odsetek wynosi około 2 proc. Przyczyną nie jest mniejsze zapotrzebowanie na żywność, ale postęp i zmiany technologiczne, które dotyczą wszystkich branż. Technologia z jednej strony redukuje miejsca pracy, ale z drugiej strony staje się źródłem olbrzymiej liczby nowych stanowisk i zawodów wymagających zupełnie nowych kompetencji.

Tegoroczne dane i prognozy amerykańskiego Bureau of Labor Statistics (BLS) ponownie wskazują, że od lat osiemdziesiątych występuje silny i stały popyt na zatrudnianie pracowników o coraz wyższych kwalifikacjach. Spada natomiast popyt na pracowników średnio wykształconych. Dodajmy, że równolegle wzrasta popyt na zatrudnienie pracowników o najniższych kwalifikacjach. Dochodzi do coraz wyraźniejszej polaryzacji zatrudnienia. Zjawisko to staje się poważnym wyzwaniem nie tylko dla gospodarki, ale i społeczeństwa – zmniejsza się odsetek tzw. klasy średniej. Na potrzeby i wymagania szkoleniowe możemy patrzeć z dwóch perspektyw – gospodarki i pracodawcy oraz pracownika.

Dla menedżerów dobrze funkcjonujących przedsiębiorstw dbanie o rozwój intelektualny i zawodowy pracowników, tworzących kapitał ludzki, uzyskało status zadania i celu strategicznego. W miarę posiadania coraz lepszych narzędzi, w tym technologicznych, wzrasta znaczenie umiejętności eksperckich i kreatywności pracowników. Jeżeli organizacja chce się rozwijać, to musi nie tylko poszukiwać ludzi o określonym poziomie wiedzy i umiejętności, ale utrzymywać ich zaangażowanie i zarządzać ich rozwojem. Dodatkowo szkolenia mają funkcję integrującą pracowników poszczególnych działów lub całej firmy. Patrząc w skali makro, wysoko wykwalifikowany „kapitał ludzki” wywiera bezpośredni wpływ na innowacyjność gospodarek i społeczeństw, ich zdolność do tworzenia i wdrażania światowych osiągnięć naukowych, technicznych, organizacyjnych i wpływa na przemianę instytucjonalną.

Z kolei dla pracownika często drugorzędą staje się potrzeba otrzymania certyfikatu ze szkolenia – jeżeli już, to z renomowanej firmy lub organizacji. Najistotniejsze jest zdobycie określonej wiedzy i umiejętności. Rozwój technologiczny i niezwykle konkurencyjny rynek pracy powoduje zwiększające się i coraz bardziej różnorodne wymagania szkoleniowe oraz bardziej świadomych klientów. Poszukujący swojego miejsca na rynku pracy nie tylko chcą zdobyć mierzalne kompetencje twarde (np. umiejętność programowania, obsługi urządzeń), ale i umiejętności miękkie, takie jak radzenie sobie ze stresem, motywowanie innych do pracy, komunikatywność, współpraca w grupie, zdolności perswazyjne i radzenie sobie z trudnymi klientami.

Motywacja wstępem do sukcesu

W przypadku osoby poszukującej pracy element motywacji do podjęcia i ukończenia szkolenia jest bardzo dobrze widoczny. W przypadku przedsiębiorstwa należy pamiętać, że motywacją pracownika do efektywnej realizacji szkolenia jest perspektywa wzrostu wynagrodzenia, awans lub zwiększenie uprawnień na zajmowanym stanowisku. Oznacza to, że planowanie szkoleń powinno być elementem strategii rozwoju firmy, a nie tylko działaniem doraźnym, nakierowanym na niwelowanie problemów związanych z brakiem umiejętności pracowników. Pozostaje wybór firmy szkoleniowej. Rynek usług doskonale wyczuł zapotrzebowanie na stworzenie różnorodnej oferty edukacyjnej. Mamy setki propozycji szkoleń tradycyjnych, warsztatowych czy online. Ilość niestety nie przekłada się na jakość.

Wiarygodność, zrozumienie potrzeb, kompetencja i doskonałość organizacyjna

Pierwszym krokiem do udanego szkolenia jest prawidłowa diagnoza potrzeb szkoleniowych. Firmy szkoleniowe, które świadczą usługi na wysokim poziomie zawsze oferują kontakt z klientem, aby przygotować ofertę opartą o zindywidualizowane potrzeby firmy. Warto też sprawdzić firmę szkoleniową pod kątem zrealizowanych już projektów, posiadania certyfikatów jakości usług (obecnie np. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wprowadza regulacje związane z certyfikacją na rynku usług rozwojowych) oraz poprosić o portfolio trenerów, którzy bezpośrednio będą zaangażowani w szkolenia pracowników. Warto zauważyć, że strony domowe www dobrych firm szkoleniowych są regularnie aktualizowane, firmy są aktywne na Facebooku, Twitterze czy Instagramie. Dobra firma szkoleniowa posiada również zaplecze techniczne (dostęp do odpowiednio wyposażonych obiektów szkoleniowych) oraz technologiczne (możliwość zajęć online, webinarów itp.). Wyróżnikami dobrej oferty szkoleniowej są:

- przejrzystość formalna (w tym dotycząca praw autorskich)
- spójność przekazu oferty oparta na analizie potrzeb klienta (wykonanej za pomocą autorskich metod diagnostycznych lub rekomendowanych przez Polską Izbę Firm Szkoleniowych)
- sprawność organizacyjna oraz otwartość na różne formy i metody przekazu dostosowane do potrzeb i możliwości uczestników szkolenia
- ewaluacja i raportowanie usługi zgodne z celami szkolenia.

W przedsiębiorstwach jednym z najczęściej realizowanych sposobów szkolenia pracowników są szkolenia zewnętrzne w formie treningów, warsztatów czy zajęć online. Dużo lepszą formą szkolenia pracowników jest coaching (prowadzony przez menadżera z firmy lub konsultanta zewnętrznego) i mentoring uzupełniający zewnętrzną ofertę szkoleniową. W dobrze zaplanowanej strategii szkoleniowej przedsiębiorstwa coaching lub mentoring prowadzony przez pracownika firmy umożliwia nie tylko jednorazowe poszerzenie wiedzy i umiejętności pracowników, ale utrwalanie wypracowanych rezultatów oraz właściwą analizę późniejszych potrzeb szkoleniowych. Nie pozwoli to na całkowitą rezygnację ze szkoleń zewnętrznych, ale

jest bardzo efektywnym wsparciem tradycyjnej ścieżki rozwoju kompetencji pracowników.

Efektywna strategia szkoleniowa

Firma szkoleniowa, którą wybierzemy, niekoniecznie musi być tą, która najgłośniej się reklamuje. Nawet najbardziej znane w danym środowisku zawodowym nazwiska niekoniecznie gwarantują wysokie kompetencje w zakresie prowadzenia szkoleń. Musimy pamiętać, że o sukcesie szkolenia zdecyduje osoba trenera. Musi być to osoba profesjonalnie przygotowana z zakresu tematyki szkolenia, ale posiadająca również wysokie kompetencje komunikacyjne i perswazyjne pozwalające na realizację celów szkolenia. Kontakt – osobisty bądź telefoniczny – z trenerem pozwoli nam na rozwianie części wątpliwości związanych z jakością szkolenia. Dodatkowo materiały szkoleniowe powinny być pomocne nie tylko na zajęciach, ale stanowić przydatne narzędzie w późniejszej pracy.

W przypadku szkoleń online, ich cena jest często dużo bardziej konkurencyjna, ale ocena ich efektywności jest też często dużo niższa. Trudno za pomocą rozwiązań czysto technologicznych zadbać o zaangażowanie uczestników. Prezentacje, wideo, testy, pokaz ekranu, czat, dostępność na urządzeniach mobilnych oraz możliwość wielokrotnego obejrzenia nagrań materiału są narzędziami, dzięki którym szkolenie online może być efektywne. Ten typ szkolenia z pewnością sprawdzi się

w przypadku firm, w których pracownicy często się zmieniają.

Niezależnie od wybranego typu szkolenia – tradycyjnego lub online – niezwykle cenne jest dokonanie oceny skuteczności szkolenia, aby:

- sprawdzić, czy nakłady poniesione na szkolenie zostały dobrze spożytkowane
- móc wyciągnąć wnioski na przyszłość i wykorzystać je przy planowaniu strategii szkoleniowej przedsiębiorstwa oraz wyborze cech firmy szkoleniowej.

Ocena dotyczy reakcji uczestników po szkoleniu, poziomu zdobytej przez nich wiedzy i umiejętności, zmian w pracy wynikających ze zdobytych kompetencji oraz skuteczności szkolenia z punktu widzenia organizacji. W końcu to efektywni pracownicy o wysokich kwalifikacjach determinują pozycję firmy na rynku.



Pierwszym krokiem do udanego szkolenia jest prawidłowa diagnoza potrzeb szkoleniowych.

Zaproszenie do eksperymentu

Zapraszam kadrę zarządzającą do eksperymentu. Może on się wydać mało elegancki, ale pokazuje styl zarządzania. Ten eksperyment, może wskazać potrzeby rozwojowe.



Iwona Firmanty

dyrektor zarządzający, Human Skills, trener biznesu, psycholog, socjolog, coach

Wyobraź sobie, że wchodzisz na spotkanie swojego zespołu z rozpiętym na brzuchu guzikiem koszuli lub piętuszką na zębach jeszcze ze śniadania. Przedstawiasz coś zespołowi. Najlepiej, aby na sali była obca osoba, spoza Twojego zespołu. Są co najmniej trzy możliwe reakcje zespołu.

Pierwsza:

Po kilku minutach zdajesz sobie sprawę, że nikt z Twojego zespołu Ci nie zasygnalizował tego, co ewidentnie widzą. Większość spuściła wzrok. Nikt się nie odzywa. Być może jest to skutek zbyt autokratycznego sposobu zarządzania. Być może jako szef będziesz miał problem z pozyskaniem od swojego zespołu propozycji rozwiązań, pomysłów dla Waszych spraw związanych z celami działu. Być może w wyniku dystresu, jaki wprowadza ten styl zarządzania, będzie spadała efektywność pracy tego zespołu. Skutek: Ty, jako szef, będziesz miał

więcej pracy. Być może w Twoim zespole będzie dużo zwolnień lekarskich i odejść z pracy. W kularach będziesz być może postrzegany jako szef o zaburzeniach psychopatycznych (aktualnie dużo nieświadomych pracowników nadużywa takiej etykietyzacji). Być może Twoi pozostali pracownicy nie będą mieli poczucia odpowiedzialności i posiadania kompetencji.

Druga:

Uczestnicy spotkania zaczynają się śmiać. Między sobą wymieniają się informacjami na temat tego co widzą. Może głośno komentują kolor piętuszki albo wielkość brzucha wystającego spod koszuli. Zachowują się w sposób ewidentnie pokazujący, że nie chronią autorytetu swojego szefa w oczach obcej osoby, która jest na sali. Być może jako szef wprowadziłeś styl zarządzania za bardzo elastyczny i koleżeński. Być może jako szef będziesz brał na siebie zadania i obowiązki. Być może podczas oceny okresowej z pracownikami będziesz obiektem manipulacji niektórych pracowników, że nie mogli zrealizować zadań bo... i podadzą kuriozalne powody, bywa, że zabarwione powodowani mającymi wpłynąć na empatię szefa. Skutek: Ty jako szef będziesz miał coraz więcej pracy, spadnie Twoja efektywność i z pewnością zobaczą to Twoi przełożeni.

Trzecia:

Wśród uczestników spotkania jedna z osób w najbardziej elegancki i dyskretny sposób, wskaże Ci to, co widzisz. To prawdopodobnie Twój sukcesor. Jeśli inni też Ci zasygnalizują, brawo. Jesteś dla nich liderem, którego darzą szacunkiem, a oni są dla Ciebie partnerami biznesowymi. W zespole panuje szacunek do wzajemnej współpracy i posiadanych kompetencji.

SZKOLENIA W POLSCE

Nawet najlepszy ekspert, szkoleniowiec, nie wykona za nas pracy nad sobą.



Jak się szkolić, żeby się doszkolić

Rynek pracy zmienia się dynamicznie, więc, by za nim nadążyć, trzeba się nieustannie szkolić. W wielu branżach nie jest to wynik dobrej woli, lecz wręcz obowiązek. Oczywiście tylko dla tych, którym zależy na byciu atrakcyjnym pracownikiem czy szefem firmy, który zna aktualne trendy i jest o krok przed swoimi klientami. Dodatkowo wiele szkoleń podnosi jakość życia, nie tylko w obszarze zawodowym, ale także prywatnym. Jednak wybór takiego, które spełni nasze oczekiwania, to nie lada wyzwanie.



Dorota Steliga

specjalista ds. komunikacji,
właścicielka DSpectrum
komunikacja i inspiracja

Nowa wiedza zwiększa pewność siebie, daje poczucie rozwoju i otwiera nowe możliwości do działania. Dodatkowo bycie częścią społeczności, która powstaje podczas szkolenia, stwarza przestrzeń do poznania ciekawych i ambitnych ludzi. Rodzą się nowe znajomości, czasami pomysły na wspólny biznes. Podsumowując: udział w szkoleniach to cała gama korzyści. Problem jednak pojawia się w momencie, gdy miłośnicy szkoleń, zamiast wprowadzać zdobytą wiedzę w życie – zapisują się na kolejne kursy. Spotkałam sporo osób, które otwarcie mówiły, że są od nich uzależnione. Mają listę umiejętności, które chcą nabyć i szkoleń, które mają im w tym pomóc. Czasami szkolenia z tego samego tematu robią kilkukrotnie, by zgłębić wiedzę. Patrząc z boku można powiedzieć, że są świadomi siebie, wiedzą, jakie obszary mają do wzmocnienia i nad nimi pracują. Jednak sama wiedza bez jej wdrażania jest bezużyteczna. Zatem przed wyborem szkolenia warto zadać sobie dwa kluczowe pytania.

Dobre szkolenie, czyli jakie?

Firmy wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów oferują coraz to nowsze, ciekawsze tematy, by każdy mógł znaleźć coś odpowiedniego dla siebie. Szukając szkolenia najważniejsze jest, by wybrać temat, który pomoże nam w poszerzeniu umiejętności, których aktualnie potrzebujemy lub przybliży nas do celu, np. awansu w pracy czy rozpoczęciu nowej działalności. By móc powiedzieć, że szkolenie spełniło nasze oczekiwania potrzebujemy wybrać odpowiedni dla nas poziom zaawansowania oraz szkoleniowca, który jest dla nas autorytetem w danej dziedzinie. To dla mnie klucz do sukcesu. Nie ma nic gorszego niż szkolenie, po którym mówimy, że nic nowego się nie dowiedzieliśmy i oceniamy je jako słabe. Ono mogło być dobre, ale np. dla osób początkujących w danym temacie. Skoro idąc na szkolenie chcemy poszerzyć naszą wiedzę, warto wybrać taki program, który będzie wnosił coś nowego do

naszej wiedzy, wtedy pocujemy jego realną wartość. Dokładnie analizując harmonogram i poruszane zagadnienia można wywnioskować, do jakiej grupy jest ono skierowane. Co więcej, zwykle jest to kwestia dokładnego zapoznania się z opisem. Organizatorzy często szczegółowo opisują także grupę docelową czy są to managerowie, czy kadra zarządzająca firmy. Drugim niezwykle istotnym elementem jest prowadzący. Zazwyczaj renomą firmy organizującej szkolenie jest gwarantem doboru najlepszych ekspertów i chociaż oni sami nie posiadają jeszcze rozpoznawalnej marki osobistej, firma szkoleniowa potwierdza ich wiedzę i kwalifikacje.

Wartościowy szkoleniowiec

Osoby z branży szkoleniowej, eksperci w swoich dziedzinach, którzy decydują się dzielić swoją wiedzę z innymi, są coraz bardziej świadomi roli i znaczenia ich marki osobistej. Prowadząc komunikację ze swoją społecznością za pomocą mediów społecznościowych, np. Facebooka czy LinkedIna, dzielą się swoją wiedzą, opracowują materiały, np. e-booki, czy prowadzą webinary – stają się rozpoznawalni. Marka

eksperta pomaga ludziom podejmować decyzję o tym, czy chcą z nami pracować czy nie, jeszcze przed bezpośrednim spotkaniem. Dlatego tak ważna jest komunikacja, która stworzy spójny obraz eksperta w oczach odbiorców. Choć wielu ekspertów jeszcze o tym nie wie, to potencjalni uczestnicy np. szkolenia podejmują decyzję jeszcze zanim otrzymają od nich ofertę, bo często nie cena ma znaczenie, a wartość, jaka idzie za osobą eksperta. To jest siła działania marki osobistej: ludzie kupują ludzi, a nie ich produkty. Uważam, że niezwykle istotnym elementem przy wyborze eksperta, od którego chcemy się uczyć, jest jego historia zawodowa, zdobyte doświadczenia i miejsce, z którego do nas mówi. Dlaczego uważam to za znaczącą informację? Najwięcej możemy się nauczyć od osób, które już przeszły drogę, na którą my dopiero wkraczamy.

Efekt zależy od Ciebie

Patrząc na temat szkoleń z dwóch perspektyw: uczestnika i szkoleniowca. Dzielę się swoją wiedzą, ale też minimum raz na kwartał sama jestem uczestniczką szkoleń. To ważne, by następowała ta wymiana: ja dzielę się wiedzą, którą mam, z osobami, które dopiero wchodzą na drogę, na której ja jestem, ja natomiast czerpię wiedzę od osób, będących dla mnie autorytetami w swojej dziedzinie. Na tym to polega i tylko w takiej konfiguracji ma sens. Każdy, kto osiągnął sukces, np. w prowadzeniu firmy, kiedyś był na początku drogi. Popelniał błędy, po-

dejmował złe decyzje, odrobił sporo lekcji, które go umocniły i pozwoliły iść do przodu. Wiele osób uważanych za osoby, które osiągnęły sukces, chętnie dzieli się swoją wiedzą z innymi. Ich wiedza i doświadczenie to bezcenne źródło wiedzy. Po co popelniać błędy, skoro już je ktoś popełnił? Spokojnie, na nasze także przyjdzie czas. Właśnie takich osób warto szukać, by od nich się uczyć – praktyków, którzy osiągnęli w swojej dziedzinie wysokie rezultaty. Efektywność jest miarą prawdy.

Jeśli wybierając szkolenie kierowaliśmy się tymi dwoma wskazówkami: wyborem właściwego prowadzącego i dopasowaniem poziomu do naszego stanu wiedzy – szansa na to, że będziemy z niego zadowoleni, jest duża. Warto jednak pamiętać, że nawet najlepszy ekspert, szkoleniowiec, nie wykona za nas pracy nad sobą. Tylko właściwa postawa, chęć wprowadzenia zmian – skorzystania z otrzymanej wiedzy – może sprawić, że nasz poziom kwalifikacji się podniesie, a my wejdziemy na wyższy poziom działania.

Najlepsze firmy szkoleniowe wg liczby klientów indywidualnych

	Nazwa firmy	Liczba klientów indywidualnych	punkcja
1	Llidero	100300	25
2	Konsorcjum Szkoleniowo-Doradcze Gamma	13874	25
3	GRUPA ODITK	5902	25
4	MDDP	5400	25
5	Integra Consulting Poland	5121	25
6	Certes	3550	20
7	Centrum Szkoleniowe COMARCH	580	17
8	Russell Bedford Poland Akademia	430	17
9	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	418	17
10	NT Group	373	16
11	EMT-Systems	252	16
12	Biznes MBA Adam Grzesik	180	14
13	Progress Project	129	14
14	Lauren Peso Polska	82	12
15	Human Skills	50	8
16	TRAINBRAIN POLSKA	45	8

1-10 - 3 pkt	61-70 - 10 pkt	401-600 - 17 pkt
11-20 - 5 pkt	71-80 - 11 pkt	601 - 800 - 18 pkt
21-30 - 6 pkt	81-90 - 12 pkt	801 - 1000 - 19 pkt
31-40 - 7 pkt	91-100 - 13 pkt	1001 - 5000 - 20 pkt
41-50 - 8 pkt	101-200 - 14 pkt	powyżej 5 tys - 25 pkt
51-60 - 9 pkt	201 - 400 - 16 pkt	

Najlepsze firmy szkoleniowe wg liczby wykładowców

	Nazwa firmy	Liczba wykładowców w roku 2019:(na dzień 30.6.2019)	punkcja
1	The TOWER	360	17
2	MDDP	320	17
3	Altikom Akademia	300	17
4	Konsorcjum Szkoleniowo-Doradcze Gamma	266	16
5	Certes	202	14
6	Progress Project	140	11
7	EMT-Systems	105	9
8	Centrum Szkoleniowe COMARCH	89	8
9	Lauren Peso Polska	76	8
10	Integra Consulting Poland	69	7
11	GRUPA ODITK	58	7
12	HILLWAY Training & Consulting Sp. J.	57	7
13	Llidero	50	6
14	NT Group	30	5
15	SYNTEZA [Szkolenia-Konsulting]	27	5
16	PROFES	25	5
17	Human Skills	22	5
18	TRAINBRAIN POLSKA	15	5
18	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	15	5
19	MPM Productivity Management	10	5
20	TOMORROW	6	5
21	Biznes MBA Adam Grzesik	1	5

1-30 - 5 pkt	111 - 130 - 10 pkt	211-230 - 15 pkt
31-50 - 6 pkt	131-150 - 11 pkt	231-250 - 16 pkt
51-70 - 7 pkt	151-170 - 12 pkt	powyżej 250 - 17 pkt
71-90 - 8 pkt	171-190 - 13 pkt	
91-110 - 9 pkt	191-210 - 14 pkt	

Najlepsze firmy szkoleniowe wg liczby klientów instytucjonalnych

	Nazwa firmy	instytucjonalnych (liczba firm):	punkcja
1	MDDP	4350	20
2	Konsorcjum Szkoleniowo-Doradcze Gamma	2679	20
3	Russell Bedford Poland Akademia	2350	20
4	Altikom Akademia	2120	20
5	Centrum Szkoleniowe COMARCH	1240	20
6	Certes	1112	20
7	Progress Project	893	19
8	EMT-Systems	668	18
9	Lauren Peso Polska	638	18
10	Integra Consulting Poland	514	17
11	NT Group	373	16
12	GRUPA ODITK	251	16
13	SYNTEZA [Szkolenia-Konsulting]	164	14
14	The TOWER	160	14
15	HILLWAY Training & Consulting Sp. J.	147	14
16	Human Skills	100	13
17	Llidero	50	8
18	TOMORROW	39	7
18	Gdańska Akademia Umiejętności Menedżerskich	39	7
19	TRAINBRAIN POLSKA	25	6
20	PROFES	15	5

1-10 - 3 pkt	61-70 - 10 pkt	401-600 - 17 pkt
11-20 - 5 pkt	71-80 - 11 pkt	601 - 800 - 18 pkt
21-30 - 6 pkt	81-90 - 12 pkt	801 - 1000 - 19 pkt
31-40 - 7 pkt	91-100 - 13 pkt	1001 - 5000 - 20 pkt
41-50 - 8 pkt	101-200 - 14 pkt	powyżej 5 tys - 25 pkt
51-60 - 9 pkt	201 - 400 - 16 pkt	