



MERCATO E-LEARNING: TREND E PREVISIONI 2017-2021

SOMMARIO

MERCATO E-LEARNING: TREND E PREVISIONI 2017-2021

3	INTRODUZIONE	34	INNOVAZIONI RIVOLUZIONARIE
4	MERCATO E-LEARNING		FORMAZIONE GAME-BASED
9	MERCATO E-LEARNING AZIENDALE	35	GAMIFICATION
10	MERCATO GLOBALE DEI LEARNING MANAGEMENT SYSTEM (LMS)	36	TECNOLOGIE INOSSIDABILI
12	CONTENUTI E-LEARNING	37	INSIGHT PER AREE GEOGRAFICHE
17	AUTHORING TOOL: TREND E PREVISIONI	39	INDIA
19	TREND E-LEARNING	42	CINA
	L'IMPORTANZA DI TRAINING E FORMAZIONE	43	AMERICA LATINA
21	IL CICLO DI SOSTITUZIONE	44	MEDIO ORIENTE
22	SOCIAL LEARNING	46	USA
24	PROCESSI DI SOCIAL LEARNING	49	EUROPA
25	FORMAZIONE PERSONALIZZATA		FONTI
27	FORMAZIONE MOBILE		
30	MICRO-LEARNING		
31	MOOC AZIENDALE		
33	GESTIONE DEI TALENTI: UN TEMA CRUCIALE PER LA FORMAZIONE		

INTRODUZIONE

Il mercato globale della formazione e-learning continua a crescere e ad evolversi. Lo dimostrano l'incremento del budget per i programmi di formazione online, la crescente diffusione dell'e-learning nei vari mercati in tutto il mondo, i nuovi trend nel settore delle tecnologie e degli strumenti formativi, nonché il ruolo sempre più centrale della formazione sociale nelle priorità dei leader L&D (Learning & Development).

L'industria globale di formazione e sviluppo è complessa e mutevole. Per questo motivo, abbiamo realizzato un report che delinea lo stato globale di L&D e formazione e-learning, prendendo in esame trend e previsioni del settore dal 2017 al 2021. Questo documento include misurazioni e insight dei più autorevoli analisti del settore, oltre a una vasta gamma di dati e statistiche che illustrano come l'e-learning stia cambiando rapidamente.

Gli argomenti trattati includono:

- Valutazione delle dimensioni del mercato e-learning a livello mondiale, con budget relativi alla formazione online e driver di crescita e sviluppo del settore L&D.
- Trend emergenti nel mercato e-learning, tra i quali formazione sociale, mobile learning micro-learning, MOOC aziendali e altro ancora.
- Uno sguardo ai potenziali "game-changer", alle tecnologie dirompenti e ai nuovi approcci per l'e-learning, come ad esempio formazione game-based, gamification e tecnologie inossidabili.
- Insight sull'adozione e sull'uso della formazione e-learning nei mercati geografici di tutto il mondo, con approfondimenti sui driver di crescita e cambiamento in tali mercati.

Questo report è una risorsa preziosa per tutti i professionisti di formazione e sviluppo, che potranno analizzare accuratamente il settore globale della formazione e-learning (dal 2017 fino al 2021) per migliorare le proprie strategie formative e incrementare le performance di business.

MERCATO E-LEARNING

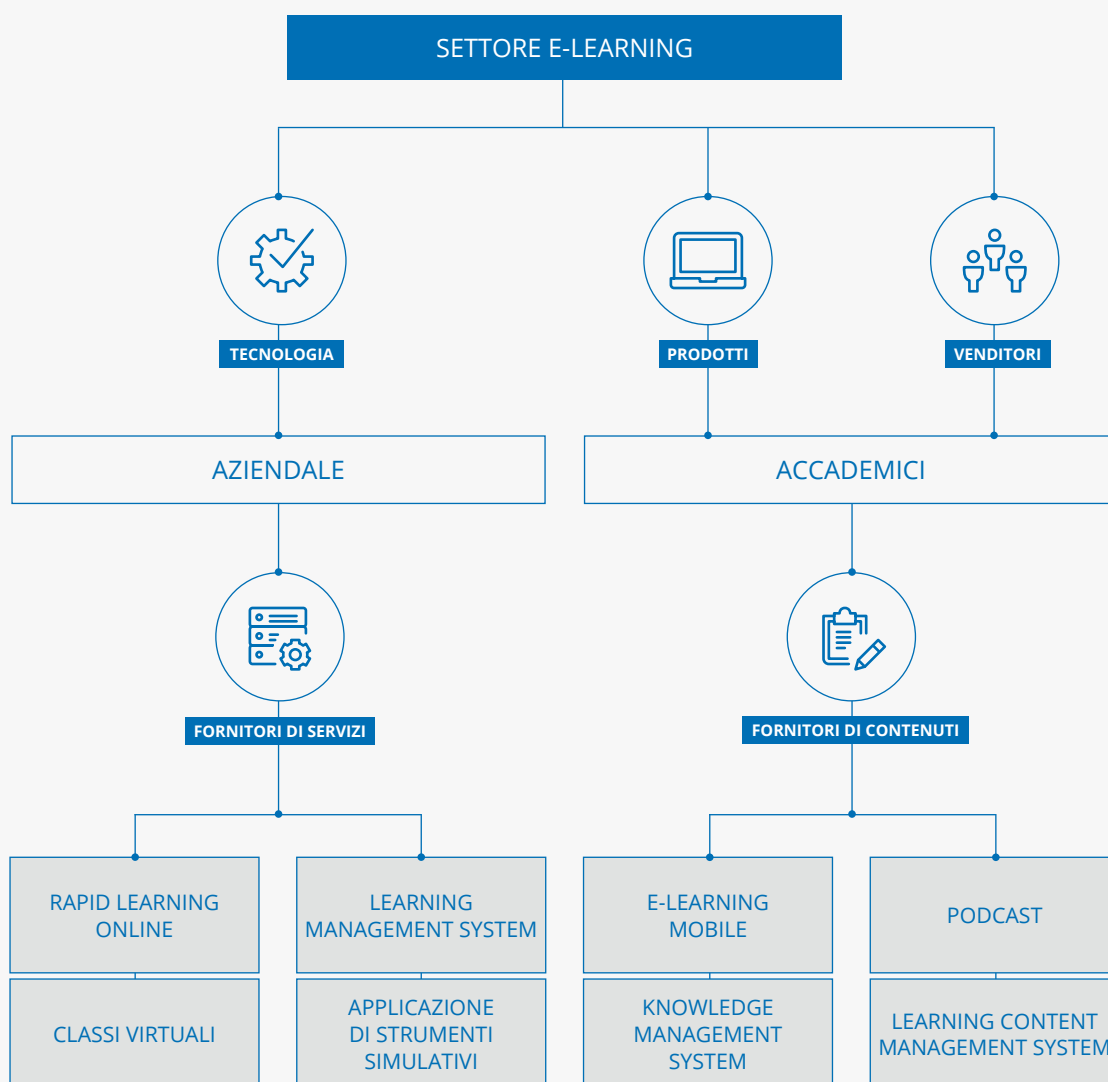
Nel 2015, il valore del mercato e-learning ha superato i 165 miliardi di dollari, e tra il 2016 e il 2023 è destinato a crescere del 5%, fino a raggiungere i 240 miliardi di dollari. Fattori come la possibilità di stanziare budget inferiori per la formazione e-learning (rispetto ai tradizionali metodi formativi), assieme ad una maggiore flessibilità nella formazione, contribuiranno ad incrementare la crescita del settore.



Entro la fine del 2016, il valore del mercato e-learning negli Stati Uniti supererà i 27 miliardi di dollari. Ciò è dovuto alla crescente domanda di formazione online e dei relativi prodotti e servizi. Oggi, sempre più utenti ritengono che i nuovi strumenti formativi siano più efficaci, coinvolgenti, interattivi e facilmente accessibili. Inoltre, la crescita del mercato e-learning nel corso dei prossimi anni è legata all'ampia diffusione di dispositivi online e mobile. L'adozione di strumenti di formazione e-learning nei settori accademici e in quelli extra-accademici (soprattutto aziendali), assieme ai fattori già citati, avranno un impatto positivo sul mercato, alimentando la domanda di servizi e-learning e la crescita del settore nei prossimi anni.

La user experience dei nuovi strumenti e-learning registra un costante miglioramento, i fornitori di servizi erogano strumenti educativi attraverso nuove tecnologie e gli utenti possono beneficiare di interfacce visivamente accattivanti, nonché di solide esperienze formative multimediali. In base alle previsioni, tali servizi incrementeranno la produttività dei dipendenti, motivo per cui sempre più aziende adottano soluzioni e-learning rispetto alla formazione tradizionale. Di conseguenza, la domanda del mercato e-learning è destinata a crescere nei prossimi cinque anni. Il settore e-learning trarrà vantaggio dal crescente interesse per la formazione a distanza, così come dall'utilizzo dei servizi su smartphone, tablet, altri dispositivi mobili e dalle tecnologie inossidabili. Questi fattori aprono diversi possibili percorsi di crescita per le industrie impegnate nella realizzazione di prodotti e servizi e-learning.

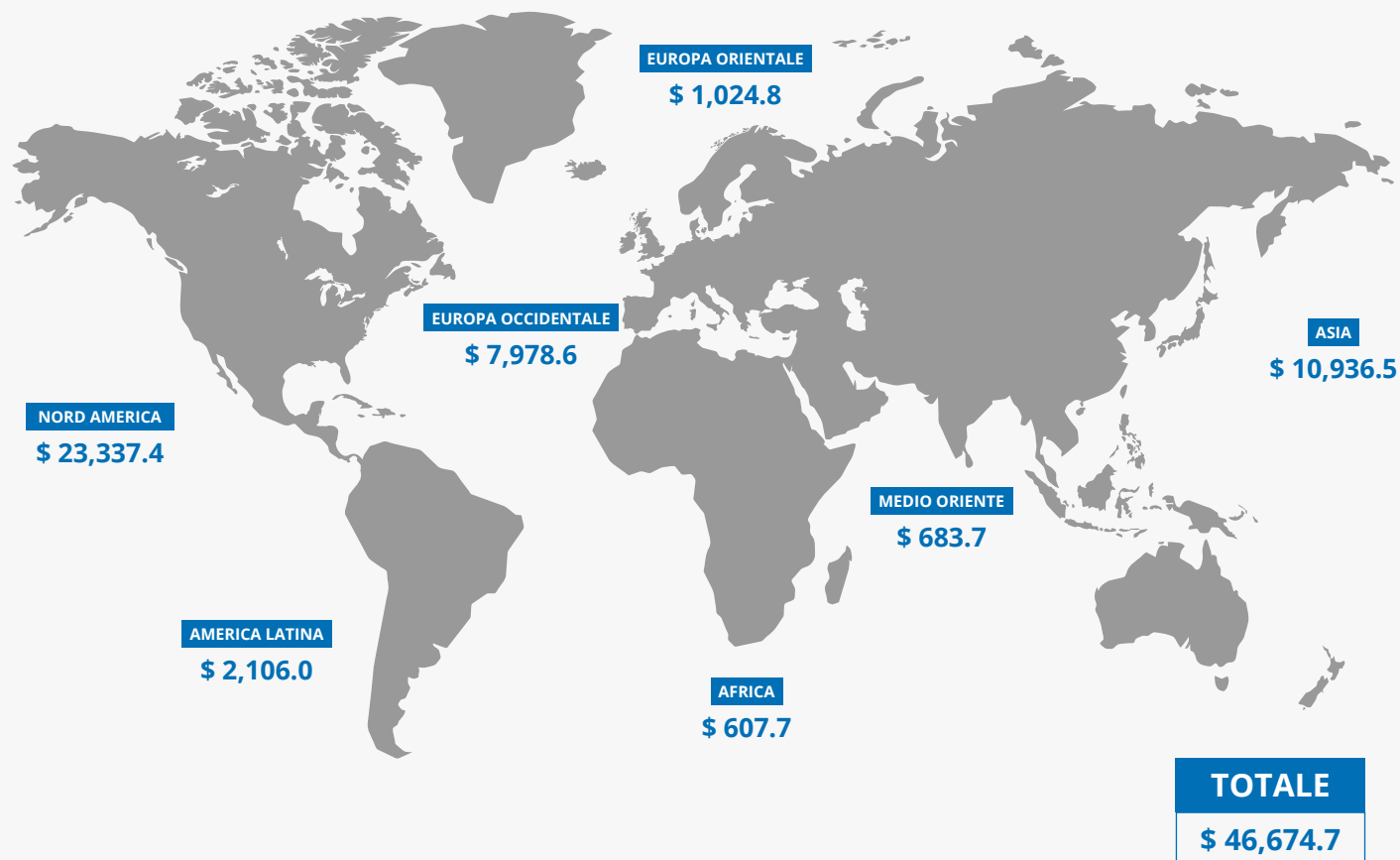
Allo stesso tempo, l'obsolescenza tecnologica e il turnover del management potrebbe rappresentare il tallone d'Achille di un segmento di mercato molto dinamico e in continua evoluzione. Le partnership venditori-sviluppatori e la necessità di infrastrutture IT altamente sviluppate potrebbero generare una serie di sfide per il settore oltre il periodo 2016-2023.



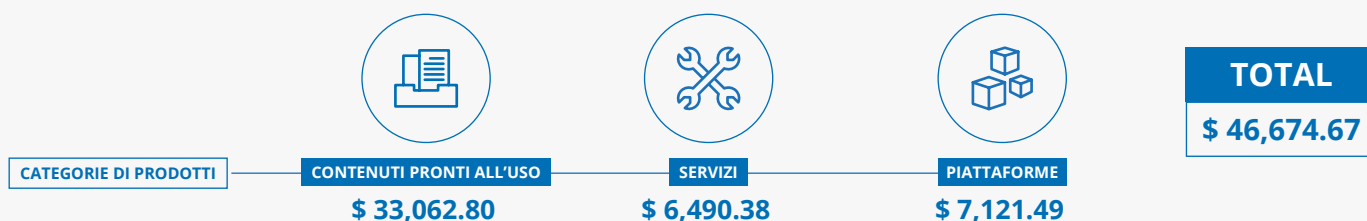
Attualmente, gli Stati Uniti sono il paese leader nell'adozione di tecnologie e servizi e-learning. Ciò conferma la previsione secondo cui il Nord America riporterà una crescita significativa in questo settore tra il 2016 e il 2023.

Secondo Ambient Insight Research, azienda che utilizza analisi predittive quantitative per individuare le opportunità di profitto per i provider di formazione e-learning e mobile, i ricavi globali dell'e-learning asincrono hanno raggiunto i 46,6 miliardi di dollari nel 2016 (valore in leggera flessione rispetto ai 46,9 miliardi registrati nel 2015). Il mercato e-learning asincrono è parte del più ampio mercato di formazione e-learning che include LMS, strumenti di authoring, contenuti e servizi relativi alle tre categorie principali.

RICAVI NEL 2016 PER PRODOTTI E SERVIZI DI E-LEARNING ASINCRONO, SUDDIVISI PER AREE GEOGRAFICHE (IN MILIONI DI DOLLARI).



RICAVI NEL 2016 PER PRODOTTI E SERVIZI DI E-LEARNING ASINCRONO, PER TRE CATEGORIE DI PRODOTTI (IN MILIONI DI DOLLARI)



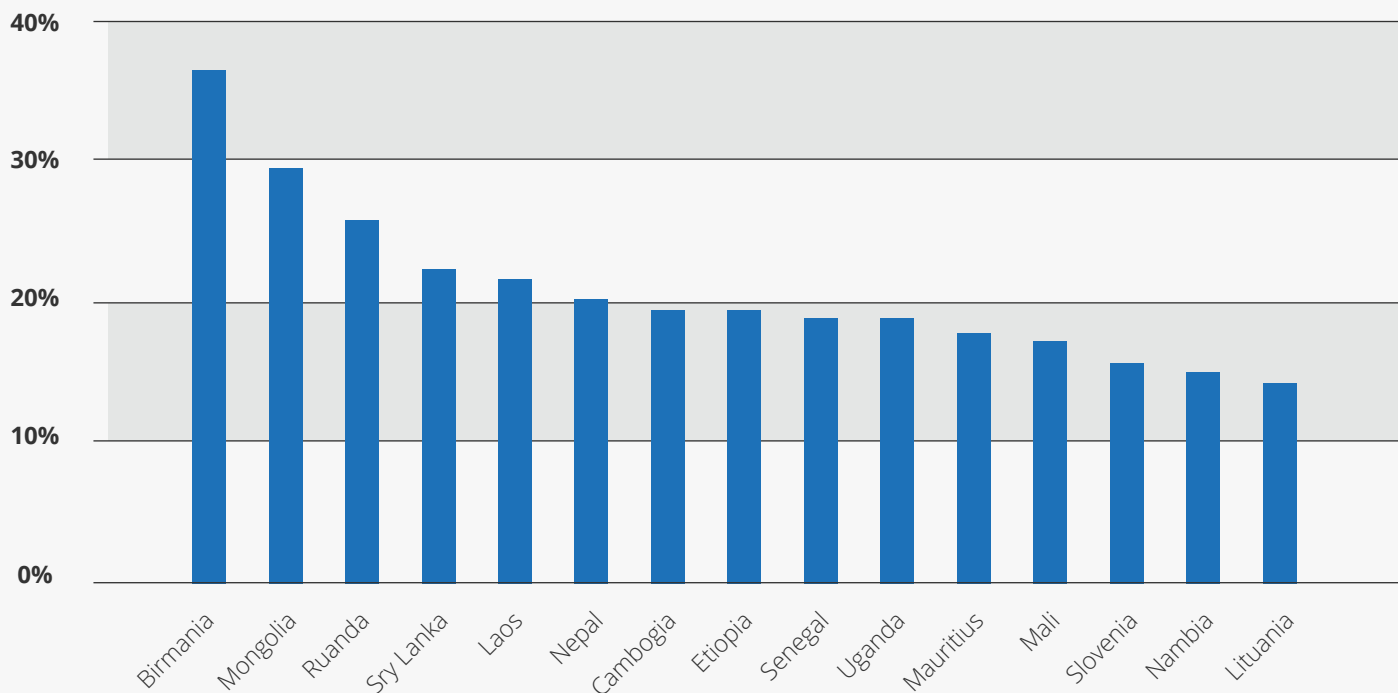
Fonte: Ambient Insight Research

Secondo Ambient Insight Research, il tasso di crescita annuale composto (CAGR) in tutto il mondo per l'e-learning asincrono è pari al -6,4%. Come riportato da Ambient Insight, ciò significa che i ricavi globali per questo segmento di mercato riportano un calo costante, a causa dello switch verso metodologie più efficaci per il trasferimento delle conoscenze.

Dei 122 paesi monitorati da Ambient Insight, solo 15 mostrano un tasso di crescita positivo (superiore al 15%) per l'e-learning asincrono.

TOP 15 GLOBALE E-LEARNING ASINCRONO 2016-2021

Tasso di crescita di cinque anni, per paese



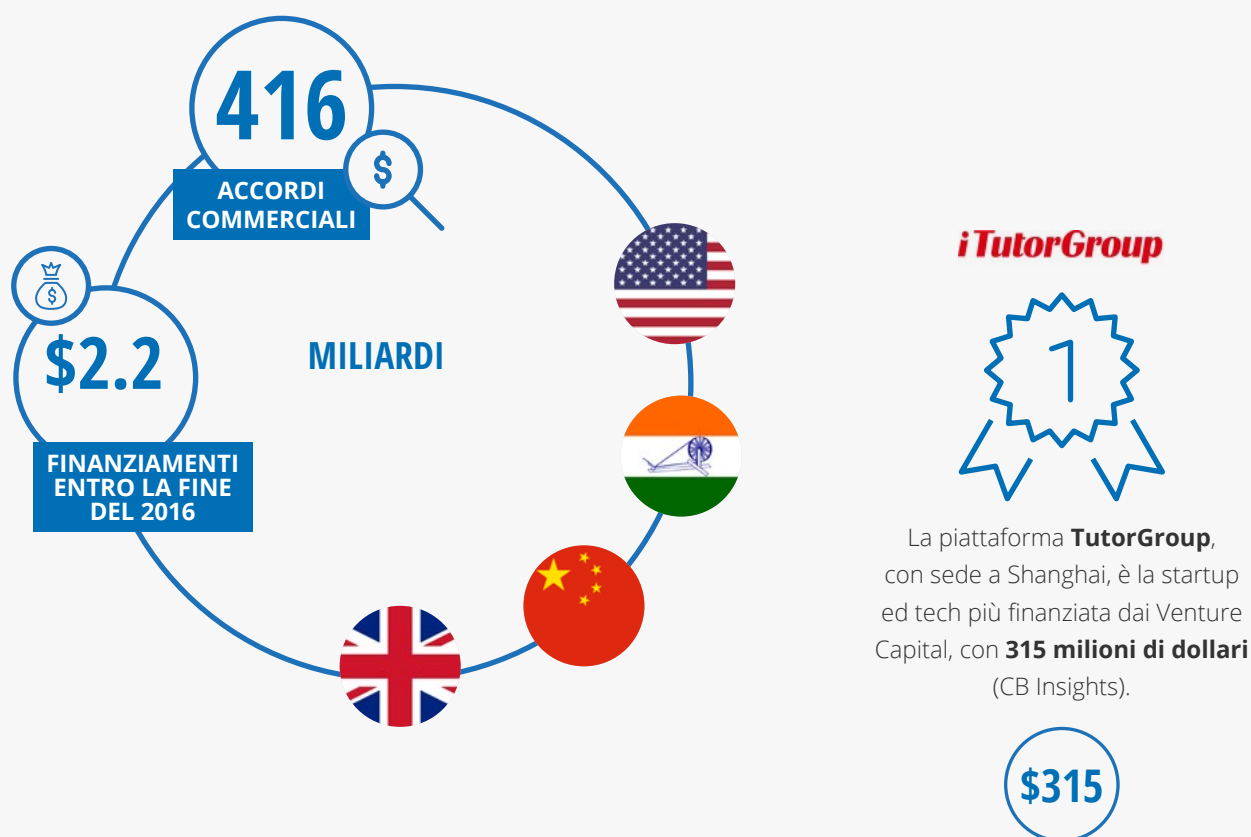
Fonte: Ambient Insight Research

Deal e finanziamenti nel settore delle tecnologie per l'educazione

Nel 2016, le startup che operano nel settore delle tecnologie per l'educazione hanno attratto 416 offerte di finanziamento, per un valore complessivo di 1,7 miliardi di dollari. Entro la fine del 2016, il valore totale sarà di 2,2 miliardi di dollari.

Attualmente, i finanziamenti a startup specializzate nelle tecnologie per l'educazione rimangono concentrati negli Stati Uniti. L'India è al secondo posto, con la Cina in terza posizione e il Regno Unito in quarta posizione.

ACCORDI COMMERCIALI E FINANZIAMENTI NEL SETTORE DELLE TECNOLOGIE PER L'EDUCAZIONE NEL 2016



Il più grande deal del Q2 2016 è stato un round da 150 milioni di dollari in fondi di private equity da Iconiq Capital per Age of Learning, provider di software per la formazione nella prima infanzia, chiamato ABCmouse.com (con sede in California). Segue un deal (Series D) da 60 milioni di dollari per Udemy, guidato da Naspers, e un corporate minority round da 40 milioni da Tencent per una piattaforma mobile-learning, con sede a Pechino, chiamata Yuanfudao.

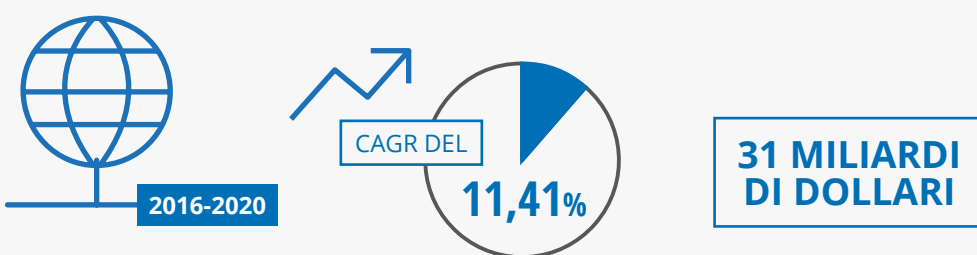
Fonte: CB Insights

MERCATO E-LEARNING AZIENDALE

Secondo le ultime ricerche condotte da Technavio, la dimensione del mercato globale dell'e-learning aziendale raggiungerà un fatturato di 31 miliardi di dollari entro la fine del 2020.

Inoltre, secondo gli analisti di Technavio, il mercato e-learning aziendale è destinato a crescere ad un CAGR dell'11,41% durante il periodo 2016-2020.

MERCATO GLOBALE DELL'E-LEARNING AZIENDALE



Il segmento dell'e-learning aziendale comprende tutte le tecnologie multimediali e gli strumenti utilizzati da aziende e organizzazioni per supportare la formazione continua e lo sviluppo della propria forza lavoro. L'e-learning consente alle organizzazioni di passare a modelli formativi più avanzati, che utilizzano formati digitali per integrare le informazioni.

Quali sono i fattori principali di questa enorme crescita?

Sempre più organizzazioni hanno iniziato a considerare l'e-learning come una soluzione ideale, perché adatta al proprio budget e in grado di far fronte alle esigenze di business in continua evoluzione. I notevoli miglioramenti tecnologici hanno favorito l'adozione di soluzioni e-learning a discapito dei tradizionali metodi di formazione. L'introduzione di tecnologie social, mobile, analytics e cloud (SMAC) ha facilitato l'adozione di soluzioni e-learning.

SMAC (social, mobile, analytics e cloud) è il concetto in base al quale quattro tecnologie stanno guidando l'innovazione aziendale.

*Measuring Knowledge Investment
The Corporate Learning Network January 2014*

Negli ultimi dieci anni, sono state introdotte sul mercato decine di nuove tecnologie formative. Gamification, mobile learning e social learning sono diventate "parole d'ordine" all'interno del settore L&D. Queste nuove tecnologie consentono di raggiungere un numero più ampio di partecipanti ad una frazione del costo della tradizionale formazione in aula con istruttore. Un altro fattore principale è il crescente interesse verso l'autoapprendimento per finalità lavorative, sulla base di iniziative personali.

Secondo il Pew Research Center:

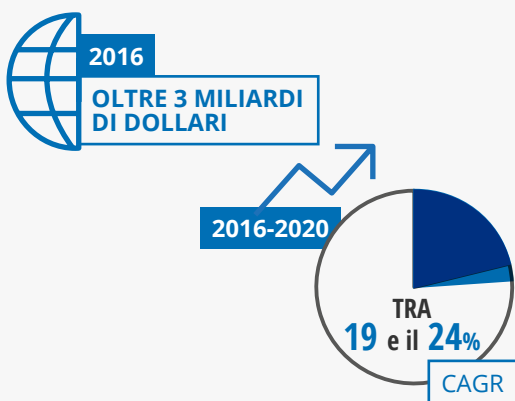
- Il 73% degli adulti si considera studenti per tutta la vita
- Il 63% dei lavoratori (o il 36% di tutti gli adulti) rientra nella categoria degli studenti professionali (negli ultimi 12 mesi hanno partecipato a un corso di formazione supplementare per migliorare le proprie abilità professionali o le competenze legate alla carriera).

MERCATO GLOBALE DEI LEARNING MANAGEMENT SYSTEM (LMS)

Secondo l'analista Josh Bersin, attualmente il valore del mercato dei learning management system (LMS) supera i 3 miliardi di dollari (2016) e include centinaia di piattaforme attraverso le quali le aziende gestiscono tutti gli aspetti della formazione dei propri dipendenti.

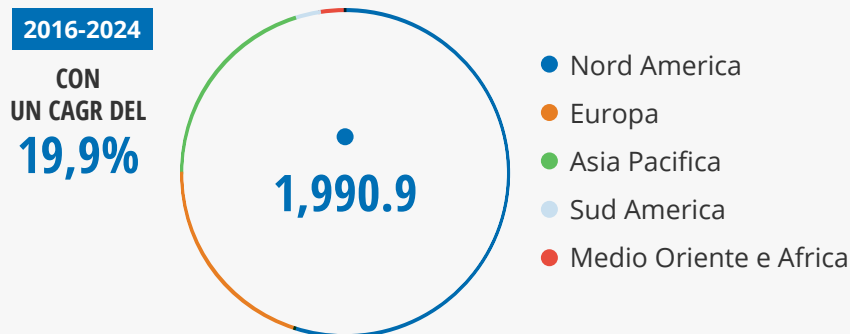
Il mercato globale dei learning management system (LMS) è destinato a crescere ad un CAGR del 24% nel periodo 2016-2020 (secondo Research and Markets e Technavio).

MERCATO GLOBALE LMS



MERCATO GLOBALE DEI LEARNING MANAGEMENT SYSTEM (LMS)

Per aree geografiche, 2015 (in milioni di \$)



Fonte: TMR Analys, ottobre 2016

L'implementazione di LMS hosted supererà quella on-premise nel 2024

Un'analisi di mercato evidenzia che l'implementazione di LMS on-premise ha dominato il mercato nel 2015, soprattutto in Medio Oriente, Africa e Sud America. Ciò dipende principalmente dall'adozione di LMS da parte di grandi organizzazioni.

Tuttavia, gli analisti prevedono che l'implementazione "hosted" dominerà il mercato nei prossimi anni, data la crescente adozione di LMS da parte di piccole e medie aziende. Ciò è dovuto ai costi ridotti rispetto alla distribuzione "on-premise".

“La spesa IT sta passando da offerte IT tradizionali a servizi cloud (cloud shift). L'ammontare complessivo di cloud shift nel 2016 dovrebbe raggiungere i 111 miliardi di dollari, fino a toccare i 216 miliardi nel 2020.”

Fonte: Gartner (luglio 2016)



“Più di 1 trilione di dollari di spesa IT sarà direttamente o indirettamente interessato dal passaggio al cloud nei prossimi cinque anni, ha detto Gartner, Inc. Questo renderà il cloud computing una delle forze più dirompenti della spesa IT, fin dai primi giorni dell'era digitale.”

Fonte: Gartner (luglio 2016)



Gli LMS su Cloud rappresentano la soluzione più interessante nel settore degli LMS.

John Leh, CEO, Lead Analyst
Talented Learning, LLC

Secondo un recente sondaggio di Deloitte, Gli LMS SaaS e su Cloud stanno dominando il mercato.

Il modello SaaS affronta con successo problemi cruciali per le organizzazioni, come ad esempio la personalizzazione e l'integrazione. Il modello SaaS e in particolare il Cloud rappresentano attualmente il modello di distribuzione dominante nell'attuale panorama degli LMS.

Josh Bersin,
Principal and Founder, Bersin by Deloitte



CONTENUTI E-LEARNING



Ambient Insight Research 2015 E-learning asincrono.
Contenuti pronti all'uso
(aziende+istruzione superiore)

Attualmente, le aziende sono considerate saggi acquirenti di contenuti e-learning. I professionisti L&D all'interno delle aziende desiderano acquistare una varietà di contenuti e-learning per raggiungere molteplici obiettivi formativi. Dai corsi pronti all'uso ai corsi su misura in-house, lo scenario è caratterizzato da una vasta gamma di soluzioni adottate.



Secondo diverse fonti, metà dei contenuti L&D è stata sviluppata da zero da professionisti interni/esterni, esperti in formazione e sviluppo.

CIPD, Learning and development survey 2015

Secondo Brandon Hall Group, le aziende scelgono cosa sviluppare internamente e cosa esternamente in base a un modello comune:

"I trainer interni sono più propensi ad affrontare argomenti fondamentali per l'azienda e difficili da affidare in outsourcing. Ad esempio, i trainer interni hanno maggiori probabilità di conoscere in maniera approfondita prodotti, servizi o specifici programmi etici, rispetto a una risorsa esterna."

*Brandon Hall Learning and Development
Answer Book 2015*

“All'altra estremità dello spettro, alcuni argomenti si prestano ad outsourcing più di altri. Potrebbero essere specifiche aree che, secondo le aziende, non possono essere affrontate con le competenze interne.”

Brandon Hall Learning and Development
Answer Book 2015

MERCATO GLOBALE DEI CONTENUTI E-LEARNING PRONTI ALL'USO



Fonte: Technavio

In tema di outsourcing, le aziende hanno diverse strategie:

- Collaborazione con operatori locali
- Ricerca di fornitori in tutto il mondo
- Utilizzo di MOOC aziendali

L'elemento più interessante nel modello di acquisto è l'uso simultaneo di molteplici operatori, per raggiungere diversi obiettivi formativi.

Questi sono alcuni dei principali fornitori di contenuti e-learning pronti all'uso:

- Skillsoft
- Lynda.com
- Pluralsight
- BizLibrary
- Open Sesame
- Cegos

LinkedIn ha speso 1,5 miliardi di dollari per l'acquisizione di lynda.com, azienda e-learning nel settore da oltre 20 anni, che offre corsi di ogni genere, dalla codifica alle competenze di business.

Fonte: #inthenews

Qual è la ripartizione della formazione per argomento?

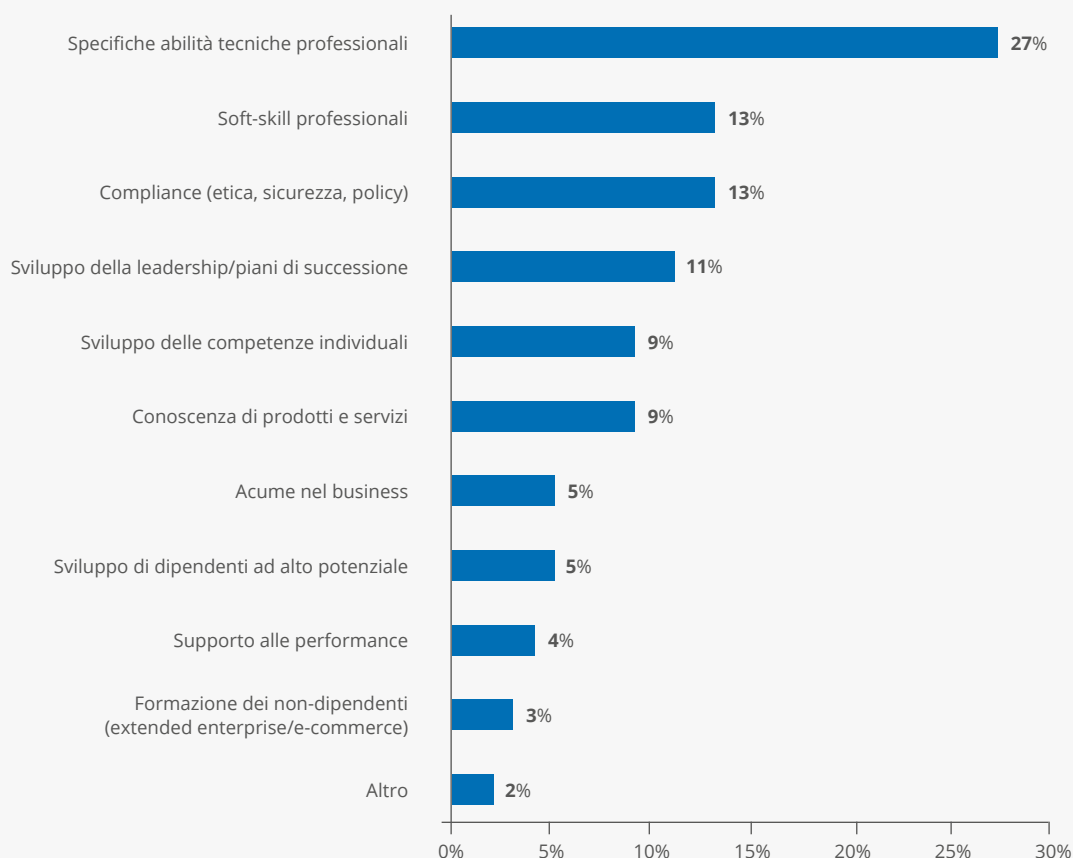
La tipologia di formazione che le organizzazioni realizzano può variare in modo significativo, ma c'è una serie di requisiti fondamentali e irrinunciabili per ogni azienda: competenze professionali specifiche, rispetto, leadership.

Secondo ATD (2015 State of the Industry Report), le prime tre aree di contenuti formativi (all'interno di aziende) nel corso dell'anno passato sono state:

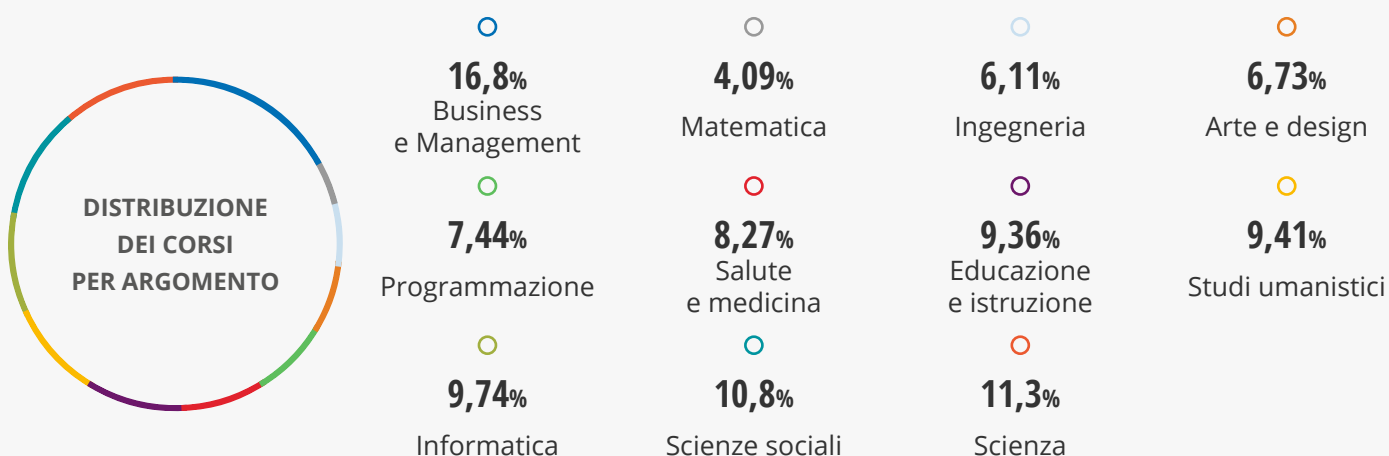
- Manageriale e supervisione
- Specifica della professione o del settore
- Obbligatoria e compliance

Questa ripartizione per argomento è confermata anche da Brandon Hall Group (Brandon Hall Learning and Development Answer Book 2015): oltre il 40% della formazione è di tipo professionale.

RIPARTIZIONE DELLA FORMAZIONE PER ARGOMENTO



Fonte: 2015 Brandon Hall Group Training Study



Fonte: Class Central

Questi dati confermano l'ipotesi secondo cui le aziende, oggi, sono acquirenti intelligenti di contenuti formativi. Sanno cosa comprare dai giusti venditori.

-Secondo Deloitte, le piattaforme MOOC possono espandere le opzioni della formazione aziendale

“Yahoo sta rimborsando i propri dipendenti per il costo dei certificati di completamento del corso messo a disposizione da Coursera. Il rivenditore online 1-800-Flowers ha annunciato che creerà un portale di formazione online sulla piattaforma Udemy per la sua rete di fioristi indipendenti. Il portale offrirà un mix di corsi aziendali generali e personalizzati, sviluppati su temi specifici per l'industria floreale. Tenaris, produttore globale di acciaio, ha concesso in licenza la piattaforma software EdX (inclusi i materiali formativi) per il suo programma di training dei dipendenti. “

*Deloitte University Press, 2013,
MOOCs teach corporations about new opportunities*

ECONOMIA ON-DEMAND



L'economia on-demand sta attirando più di **22,4 milioni di consumatori** ogni anno, per una spesa complessiva pari a **57,6 miliardi di dollari**.



La categoria di spesa on-demand più diffusa è quella dei mercati online (ad esempio eBay, Etsy), con **16,3 milioni di consumatori** ogni mese e una spesa di quasi **36 miliardi di dollari all'anno**.



I trasporti (ad esempio Uber, Lyft) sono al secondo posto, con **7,3 milioni di consumatori mensili** e **5,6 miliardi di dollari all'anno**, seguiti da cibo/consegna di generi alimentari (ad esempio Instacart), che fa segnare **5,5 milioni di consumatori mensili** per una spesa annua pari a **4,6 miliardi**.

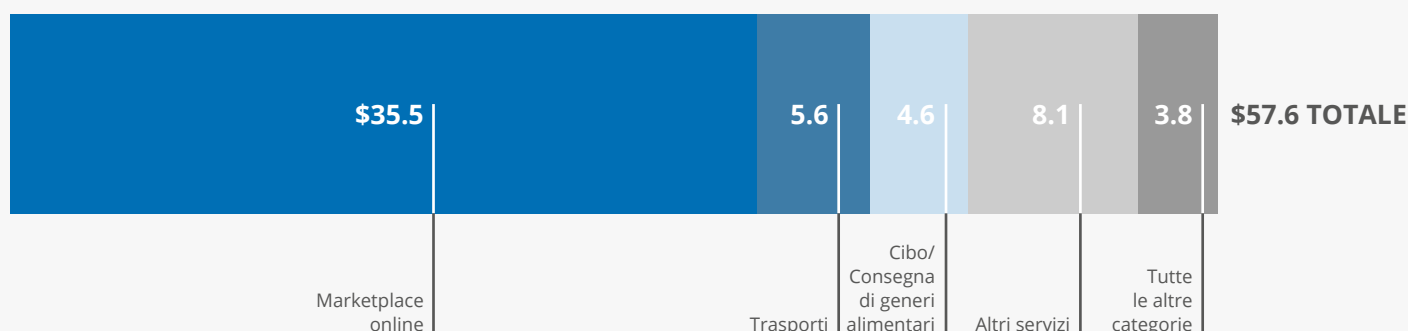


Altri servizi on-demand, inclusi i servizi domestici (ad esempio TaskRabbit), servizi freelanc (ad esempio Elance) e servizi di salute e bellezza (ad esempio StyleSeat) fanno registrare una spesa annua di **8,1 miliardi di dollari**, mentre per tutte le altre attività on-demand è di **3,8 miliardi**.

SPESA ANNUALE DELL'ECONOMIA ON-DEMAND

I CONSUMATORI STATUNITENSIS ALIMENTANO L'ECONOMIA ON-DEMAND CON UNA SPESA ANNUA PARI A 57,6 MILIARDI DI DOLLARI.

SPESA MEDIA ANNUALE IN MILIARDI DI DOLLARI



Fonte: Harvard Business Review, 2016,
"The On-Demand Economy Is Growing, and Not Just for the Young and Wealthy"

AUTHORING TOOL: TREND E PREVISIONI

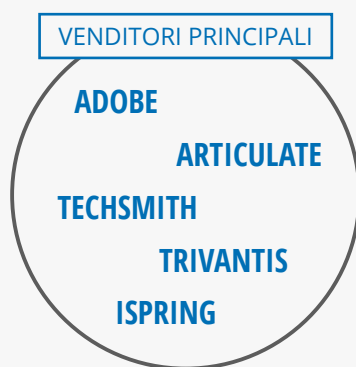
Un authoring tool è uno strumento che consente di creare corsi e-learning. Chiunque - non solo programmatori - può creare materiali formativi coinvolgenti, per erogarli a utenti e clienti.

C'è un rinnovato interesse nel Learning Content Management, ma poche soluzioni sono in grado di gestire le crescenti esigenze del content management.

Fonte: Fosway, 9-Grid™ Authoring Tools Gennaio 2016

Secondo un report di Research and Markets, il mercato globale dei content authoring tool è destinato a crescere ad un **CAGR del 7,72% nel periodo 2016-2020**. (*Research and Markets*)

Il mercato dei Learning Authoring Tools continua ad essere dominato da strumenti per il desktop, con Articulate e iSpring che riportano una base utenti che conta circa **90.000 organizzazioni** (2015).



Il 2015 ha visto l'ingresso di nuovi operatori sul mercato, come Gomo, Adapt ed Elucidat. Con prezzi competitivi e una rapida implementazione tramite SaaS, queste aziende sono in grado di essere competitive anche nel 2016. (Fosway)

Altri principali fornitori di strumenti di authoring:

- Allen Interactions
- Brainshark
- DominKnow
- Elucidat
- GoMo
- Softchalk
- Composica
- Websoft
- Lessonly

Secondo Fosway, le aziende sono sempre più alla ricerca di innovazioni nella distribuzione dei contenuti. Gli acquirenti ricercano funzionalità quali responsive design, maggiore utilizzo di video, creazione e gestione di contenuti generati dagli utenti. Si tratta di caratteristiche fondamentali, presenti in molti content authoring tool.

La compatibilità con lo standard xAPI (Tin Can) è un'altra caratteristica emergente, richiesta per gli authoring tool. Anche se in termini di adozione rappresenta ancora un prodotto di nicchia, questo standard è destinato a diventare un elemento rivoluzionario nei prossimi anni.

Utilizzando xAPI, è possibile tracciare qualsiasi attività dei propri utenti, come ad esempio:

- Mobile learning
- Serious game
- Simulazioni
- Informal learning
- Performance nel mondo reale



TREND E-LEARNING

In linea di massima, il settore e-learning sta cambiando rapidamente in tutto il mondo, e continuano ad emergere nuovi trend. Alcuni di questi sono legati al settore e-learning, mentre altri sono generati dalla trasformazione della gestione delle risorse umane all'interno delle organizzazioni. Inoltre, sono emersi anche nuovi e significativi trend per i consumatori, con un impatto diretto o indiretto sul panorama e-learning.

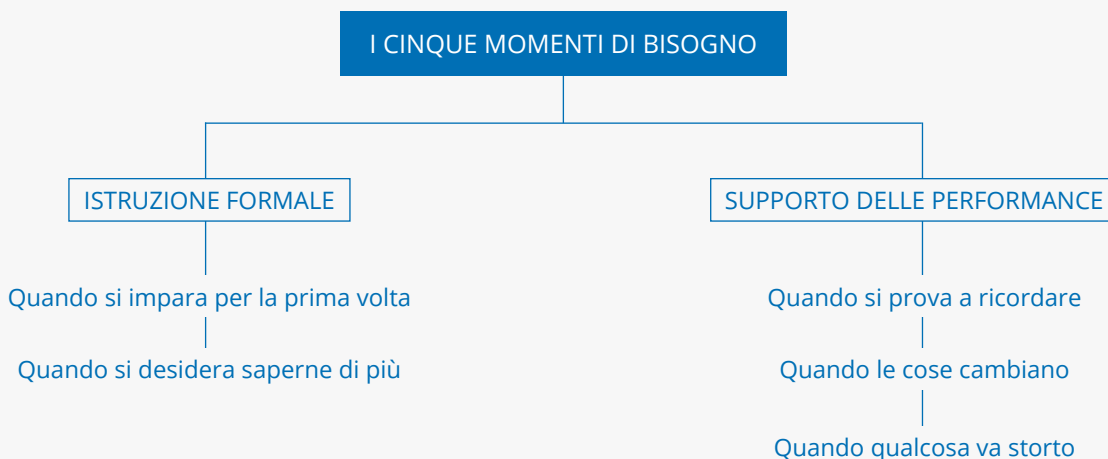
L'IMPORTANZA DI TRAINING E FORMAZIONE

Gli analisti concordano sul fatto che, nel prossimo futuro, le organizzazioni di ogni dimensione incrementeranno il proprio budget formativo, per i seguenti motivi:

- Ampliamento dello scope dei programmi di formazione
- Formazione supplementare del personale
- Aumento del numero di utenti

I leader di formazione e training, inoltre, individuano i vincoli economici, le nuove tecnologie e la riqualificazione della forza lavoro come influenzatori della futura allocazione dei budget di formazione, come riportato da Training Magazine nel 2015 Training Industry Report.

Secondo Brandon Hall Group, i leader L&D metteranno a disposizione budget per allineare la formazione agli obiettivi di crescita dell'azienda. Nei prossimi anni, inoltre, prevedono di consultare sempre più dirigenti di livello C, per assicurarsi che le loro strategie formative siano in linea con i futuri obiettivi di business.

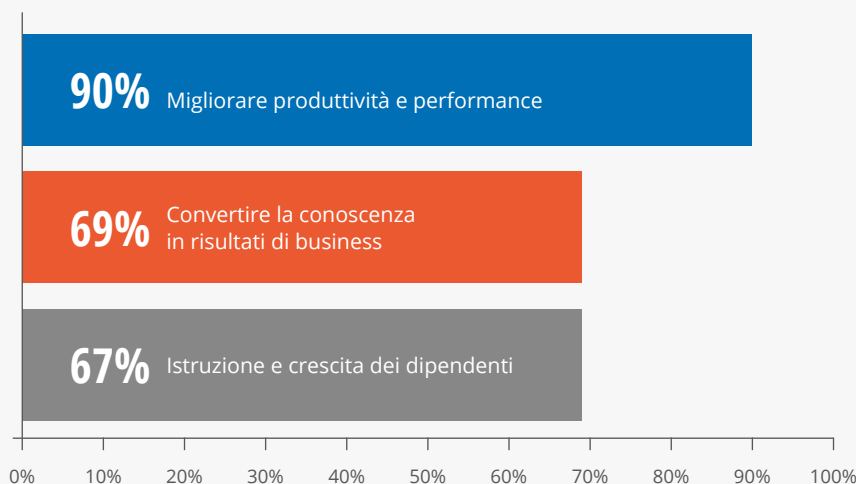


Fonte: Mosher & Gottfredson, 2011

“Oggi i dipartimenti di formazione si definiscono i guardiani del miglioramento della produttività e delle performance, con nove intervistati su dieci che dichiarano che ‘migliorare la produttività e le performance’ è uno dei principali obiettivi della formazione e dello sviluppo del dipartimento. Questi leader sottolineano anche l'importanza di mostrare le applicazioni del mondo reale della conoscenza erogata ai propri utenti. Quasi il 70% degli intervistati dichiara che ‘convertire la conoscenza in risultati di business’ è un obiettivo del proprio team. A completare la top 3 è ‘l'educazione e la crescita dei dipendenti’, definita da due terzi degli intervistati come un obiettivo del proprio dipartimento.

Fonte: -Measuring Knowledge Investment, Benchmarking Report from the Corporate Learning Network. Gennaio 2014.

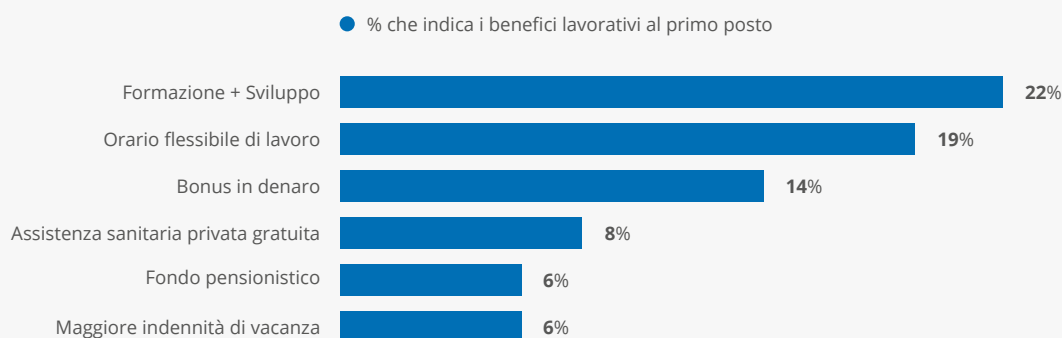
OBIETTIVI DEI DIPARTIMENTI DI TRAINING E FORMAZIONE



Measuring Knowledge Investment, Benchmarking Report from the Corporate Learning Network. Gennaio 2014

THE ALLIANCE: I MILENNIAL NELLA FORZA LAVORO

Per i Millennial, “Formazione + Sviluppo” è il beneficio lavorativo più ambito



Fonte: KPCB Internet Trends 2016

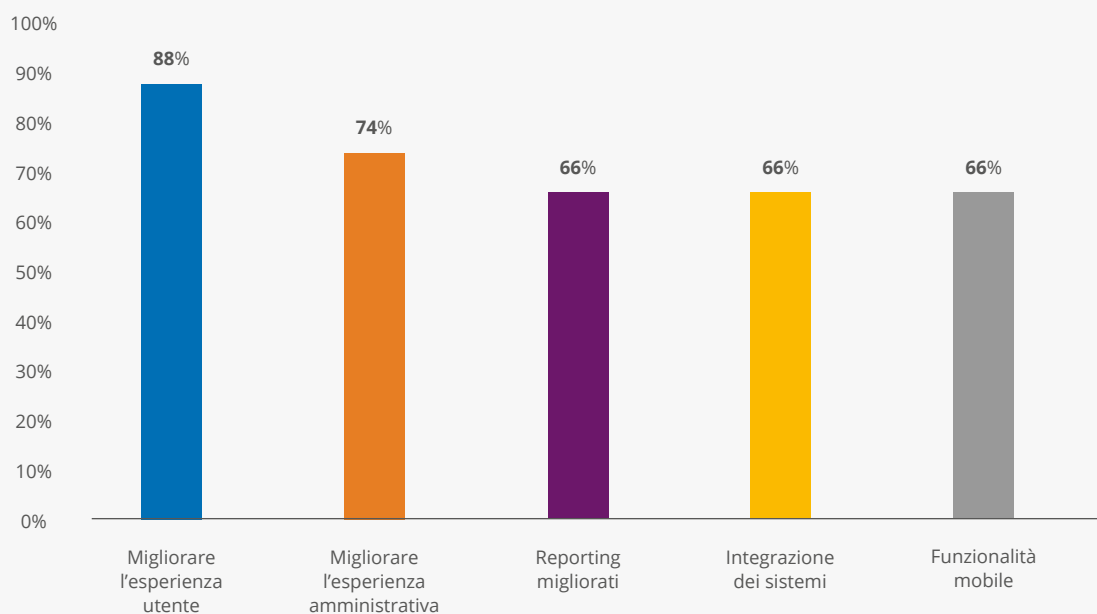
IL CICLO DI SOSTITUZIONE

La maggior parte aziende possiede un LMS, ma la tendenza emergente consiste nella sostituzione del proprio learning management system, rivolgendosi ad altri provider. È un dato di fatto: i contratti a lungo termine per gli LMS, oggi, sono piuttosto rari, e il passaggio a nuovi fornitori è relativamente indolore per gli acquirenti.

Da una recente ricerca di Brandon Hall Group emerge che quasi la metà delle aziende intervistate nel 2016 sta prendendo in considerazione la sostituzione del proprio LMS.

Cosa spinge le aziende a cambiare? Una schiacciante 87% delle aziende intervistate indica la necessità di una migliore esperienza utente. La seconda ragione più comune è la necessità di una migliore esperienza amministrativa (74%).

LE 5 RAGIONI PRINCIPALI PER CAMBIARE LMS



Fonte: 2015 Brandon Hall Group Training Study

Secondo diverse fonti, mentre quasi ogni grande azienda ha un LMS (spesso richiesto dai regolamenti di compliance), i professionisti L&D non reputano che tali piattaforme siano efficienti, e i dipendenti ritengono che siano sistemi difficili da utilizzare. Una recente ricerca supportata da CLO Magazine evidenzia che solo il 20% dei dipendenti utilizza il proprio LMS per formazione non compliance. Il problema è che la maggior parte di questi strumenti è stata progettata nei primi anni 2000, dunque si tratta di sistemi che replicano le dinamiche in aula in un ambiente virtuale.

Gli acquirenti, di conseguenza, si stanno allontanando dai vecchi prodotti, e nuovi fornitori stanno entrando nel mercato per soddisfare la domanda di prodotti più avanzati.

Oggi, grazie a smartphone, larghezza di banda, social network e telecamere ovunque, apprendiamo attraverso video, condivisione di contenuti, MOOC e l'interazione con gli altri. Il mondo della formazione moderna è pieno di video di esperti, blog e articoli, tweet, webcast... Si tratta di un mercato in continua espansione di contenuti esterni (e interni). Gli LMS devono diventare un vero e proprio "learning system".

Fonte: Josh Bersin, Principal and Founder, Bersin by Deloitte

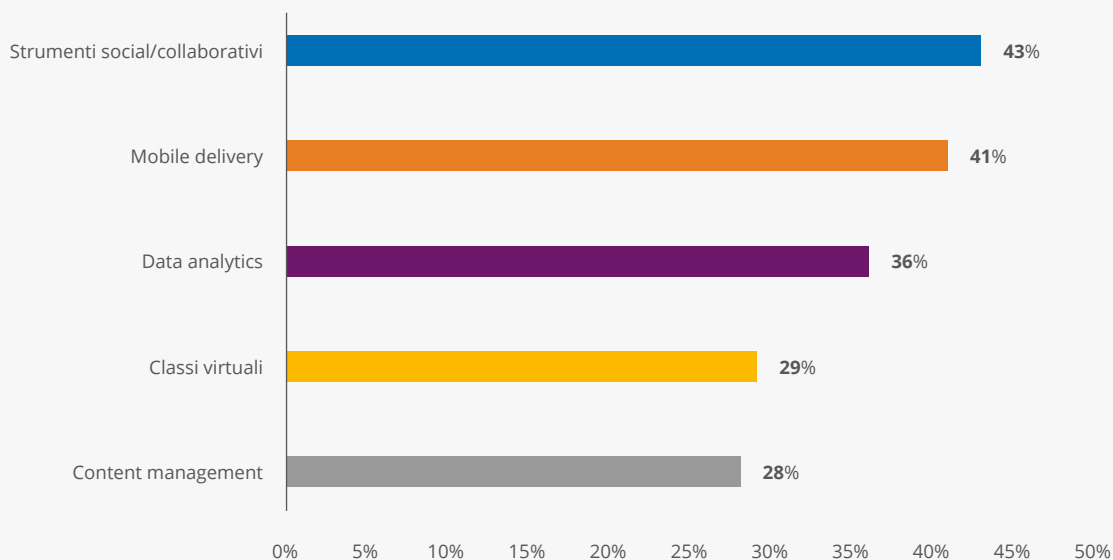
SOCIAL LEARNING

"All'interno del caotico ambiente formativo, le più grandi priorità tecnologiche sono soluzioni social e mobile".

Brandon Hall Group

Secondo una recente ricerca condotta da Brandon Hall Group, queste sono le cinque priorità tecnologiche dei team L&D nei prossimi 12 mesi.

LE 5 PRIORITÀ DELLE TECNOLOGIE FORMATIVE



Fonte: 2016 brandon hall Group Learning Technology Study (n=302)

Il “social learning” non è un concetto del tutto nuovo. Anche se negli ultimi anni sono emerse molte nuove modalità di formazione social, il social learning esiste da molto tempo.

Perché, allora, tutta questa attenzione proprio oggi? Alcuni credono che la risposta sia legata all'evoluzione della tecnologia, finalmente in grado di affrontare e risolvere i problemi più comuni della formazione social sul posto di lavoro (come ad esempio tracking, riconoscimento e sicurezza). Inoltre, sempre più Millennial entrano nel mondo del lavoro, dunque le esigenze e le richieste di esperienze formative social aumenteranno in maniera esponenziale. Del resto, questi strumenti sono parte del DNA di questa generazione.

Le tecnologie di formazione social hanno un impatto enorme su molti processi aziendali, dal reclutamento alla formazione e sviluppo dei talenti. Ma c'è di più: i risultati sono misurabili rapidamente, perché le tecnologie sociali hanno un effetto diretto ed evidente sulle performance. Il percorso dal social all'informal learning, in sostanza, è molto breve.

“La formazione informale, d'altra parte, è una forma più estemporanea di istruzione. Di solito non è programmata ed avviene “al volo”. Gli utenti acquisiscono conoscenze e sviluppano le loro abilità partecipando a discussioni online e presentazioni incentrate sui propri interessi e sulle attività personali. Spesso, è utile guardare all'informal learning come a un imprevisto effetto collaterale dello svolgimento delle normali attività quotidiane.”

Christopher Pappas, eLearning Industry

Secondo un recente sondaggio condotto da Toward Maturity, le organizzazioni che supportano la formazione direttamente nel flusso quotidiano di lavoro riportano benefici rispetto a quelle che non lo fanno.

L'ESSENZA DEL MODELLO FORMATIVO 70:20:10 È CHE LA FORMAZIONE AVVIENE ATTRAVERSO DIFFERENTI APPROCCI, OVVERO:

70%



Formazione Esperienziale:
le persone imparano sul posto di lavoro attraverso la pratica, compiti giornalieri e sfide

20%



Formazione Sociale: le persone imparano attraverso sessioni di training, mentoring e interazione con i propri pari.

10%



Formazione Formale: le persone imparano attraverso eventi strutturati, tra cui corsi e programmi online

Formazione Formale: le persone imparano attraverso eventi strutturati, tra cui corsi e programmi online

PROCESSI DI SOCIAL LEARNING

Secondo una recente ricerca di Deloitte, le aziende tendono a focalizzarsi su temi quali, ad esempio, migliorare la gestione delle performance, le capacità di leadership, engagement e retention, creando un ambiente di formazione incentrato sui dipendenti.

Attualmente, le soluzioni tecnologiche per coinvolgere i dipendenti sono molteplici, dal talent management al riconoscimento dei dipendenti. Tuttavia, l'engagement dei dipendenti sta progressivamente spostando il focus anche su altri aspetti, come ad esempio il benessere, la misurazione dell'engagement, la formazione e i benefici.

Il futuro delle tecnologie social può essere riassunto in una sola parola: "engagement". Se con il termine 'social' intendiamo il modo in cui coinvolgere e motivare i dipendenti, il focus si sposta comprensibilmente dall'erogazione dei contenuti alla migliore soluzione per aiutare i dipendenti.

Il futuro delle tecnologie social non è legato a una singola piattaforma o a uno strumento, ma al modo in cui queste tecnologie generano interazioni all'interno della forza lavoro e al modo in cui vengono utilizzate all'interno dei comuni processi.

ADOZIONE DI PROCESSI SOCIAL

PRINCIPALI PROCESSI SOCIAL HR	UTILIZZO DELLA FORZA LAVORO	
	OGGI	IN 12 MESI
AMMINISTRATIVI - HR MANAGEMENT/CONSERVAZIONE DELLA DOCUMENTAZIONE	14%	21%
MANAGEMENT DELLA FORZA LAVORO - TEMPO E LAVORO/TEMPO E FREQUENZA	8%	14%
TALENT MANAGEMENT		
Recruiting	23%	29%
Performance Management/Goal Management	10%	16%
Formazione e Sviluppo	14%	22%
Retribuzione	5%	11%
Recruiting (recruiting/acquisizione dei talenti)	67%	74%
Recruiting (hiring managers)	26%	36%
Business Intelligence/Analytics della forza lavoro	8%	13%
Adozione media della forza lavoro tra tutti i processi mobile	12%	18%

Fonte: Cierra Cedar

In un ambiente di formazione social, gli utenti interagiscono e comunicano prima, durante e dopo ogni evento di formazione. Ciò significa anche che, grazie a un mentoring di tipo social (che può essere informale, ad hoc o sul posto di lavoro), è possibile sfruttare strumenti sociali come tagging, bookmarking e valutazione di contenuti formativi, corsi e istruttori.

FORMAZIONE PERSONALIZZATA

La formazione personalizzata fa riferimento alla gamma di programmi educativi, esperienze formative, approcci didattici e strategie di supporto accademico attraverso le quali affrontare le specifiche esigenze di formazione, gli interessi, le aspirazioni o l'estrazione culturale dei singoli utenti.

Fonte: <http://edglossary.org/>

La personalizzazione rappresenta un allontanamento dalla strategia formativa "one-size-fits-all" (o "taglia unica"). Questo concetto - anche se non è nuovo - sta acquistando slancio. Mark Zuckerberg, fondatore e CEO di Facebook, si è pubblicamente impegnato a investire nella formazione personalizzata, definendola come un percorso attraverso cui gli studenti acquisiscono le competenze e la fiducia per affrontare qualsiasi argomento o obiettivo.

Gli studenti, oggi, vogliono esperienze formative che si adattino alle loro esigenze personali, alla velocità, al proprio stile di apprendimento e, soprattutto, al loro percorso formativo. In un ambiente di formazione personalizzata, il contenuto è adattato ai singoli stili di apprendimento e alle specifiche esigenze. La scoperta dei contenuti muove da uno stile di "catalogo di corsi" ad un modello adattativo. Nel vecchio modello, ognuno apprende con gli stessi materiali, allo stesso ritmo. In un modello adattativo, invece, agli studenti sono presentate attività formative basate su ciò che sanno, su cosa hanno bisogno di sapere e su ciò che ha funzionato per altri studenti come loro.

I "Recommendation Engines" sono così onnipresenti, che sono diventati una "tecnologia invisibile." Google utilizza raccomandazioni per visualizzare siti web visualizzati da altre persone che hanno utilizzato gli stessi termini di ricerca. Amazon raccomanda prodotti basati sull'attività di persone che hanno acquistato gli stessi articoli. Spotify suggerisce canzoni mappando la nostra musica preferita, per poi proporla ad altri ascoltatori con gusti simili ai nostri. Più persone utilizzano questi prodotti, migliori saranno le raccomandazioni.

Il meccanismo di apprendimento adattivo include valutazioni integrate, associate a specifici contenuti.

Secondo **Technavio** (market research analyst), il mercato globale di software per l'apprendimento adattivo è destinato a crescere ad un ritmo notevole, per raggiungere un CAGR di circa il 31% tra il 2016 e il 2020. Il mercato del software per l'apprendimento adattivo in America è il più grande tra tutte le aree geografiche. Si prevede che genererà un fatturato di oltre 2 miliardi di dollari entro la fine del 2020.

<http://www.technavio.com/report/global-education-technology-adaptiveLearning-software-market>

Un'organizzazione pronta a supportare e costruire una formazione personalizzata deve necessariamente concentrarsi nel settore dei learning analytics (ovvero, i "Big Data" applicati all'istruzione).

Mentre le forme tradizionali di elaborazione analitica si basano su dati di gestione esistenti, come ad esempio dati demografici degli studenti, livelli e figure di recruitment, gli approcci più recenti di analisi si basano su dati che hanno una maggiore varietà e nascono da tracce lasciate dall'utilizzo dei sistemi IT. Si tratta di una preoccupazione cruciale per il settore dei learning analytics, in cui i dati derivano dal normale utilizzo di più parti di un software progettato per l'accesso a risorse di formazione, interazione sociale o creazione di contenuti. In molti casi, quindi, l'analisi dei dati relativi alla formazione richiede che i dati si muovano da sistemi operativi a sistemi analitici, e siano utilizzati per un uso diverso da quello originale. Ad esempio, è probabile che le strutture di dati in un VLE o in un LMS non siano state progettate per l'analisi, ma per realizzare i casi d'uso di insegnamento e di formazione - ad esempio per l'accesso a contenuti video, partecipazione a forum - e dunque, in un certo senso, sono tecnicamente scalabili e gestibili. Quando si avvia l'elaborazione statistica o il data mining, ad esempio per supportare l'analisi dell'engagement di un utente, i dati devono essere re-interpretati. Questa situazione è ulteriormente amplificata dalla necessità di combinare i dati provenienti da varie fonti, o forse dall'utilizzo di strumenti di data mining basati su cloud, per costruire, testare e applicare modelli statistici e predittivi.

Learning Analytics Interoperability – The Big Picture In Brief - Adam Cooper, Cetis, University of Bolton, UK

Con la formazione aziendale personalizzata, gli utenti possono ottenere preziose informazioni e report sui propri progressi, grazie ad **API Experience**, chiamato anche **xAPI** o **Tin Can**. Le organizzazioni e gli utenti possono utilizzare questo standard per ottenere dati relativi a qualsiasi esperienza formativa, completata in qualsiasi ambiente, al di fuori di un LMS, su qualsiasi dispositivo.

FORMAZIONE MOBILE

MarketsandMarkets prevede che il mercato globale del mobile learning crescerà da 7,98 miliardi di dollari nel 2015 fino a 37,60 miliardi entro il 2020, ad un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 36,3%. Il Nord America dovrebbe essere il mercato più grande, mentre nello stesso periodo si prevede un aumento del mercato in Europa e Asia-Pacifica.

Secondo gli analisti di Ambient Insight, nel 2014 gli Stati Uniti sono stati il paese top-buyer per il mobile learning, seguiti dalla Cina. La spesa per mobile learning in Cina inizierà a superare gli importi di spesa degli Stati Uniti nel 2017-2018, ed entro il 2019 la Cina sarà il paese top-buyer, seguita dagli Stati Uniti.

Nel gennaio 2015, il China Internet Network Information Center (CNNIC) ha riferito che il numero di utenti di Internet mobile nel 2014 è aumentato di 57 milioni rispetto all'anno precedente. Secondo CNNIC, ogni mese 195 milioni di persone in Cina utilizzano il proprio smartphone per accedere a contenuti di mobile learning. Inoltre, entro il 2019, la spesa aggregata di Cina e Stati Uniti rappresenterà il 31% di tutta la spesa della formazione mobile nel mondo.

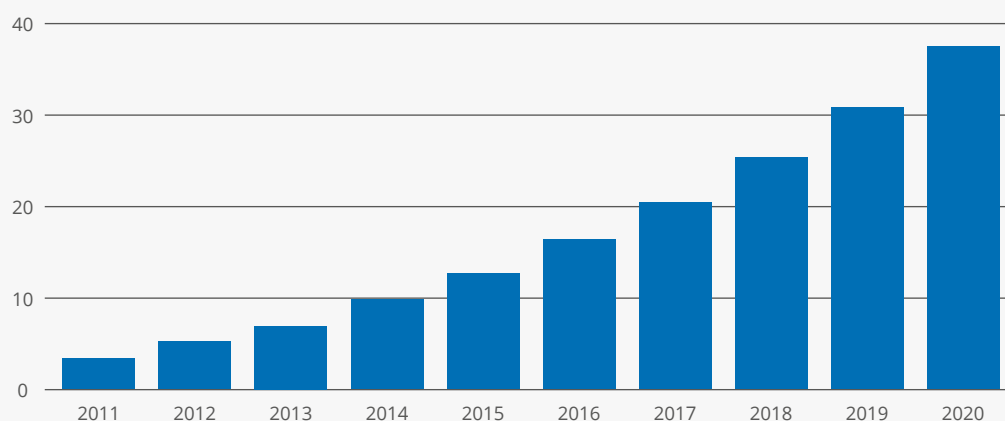
Oggi l'Asia è il mercato più vivace e peculiare per il mobile learning. I ricavi del mobile learning, in Asia, hanno raggiunto i 4,5 miliardi di dollari nel 2014 e aumenteranno fino a 7,7 miliardi entro il 2019.

“L'Asia si distingue per la proliferazione di strumenti e piattaforme di formazione mobile. Mentre la maggior parte degli strumenti e delle piattaforme e-learning è in grado di erogare contenuti mobile già pronti all'uso, in Asia gli utenti preferiscono prodotti di formazione mobile nativi. Sul mercato continuano ad arrivare nuovi strumenti e prodotti.”

Fonte: Ambient Insight

MERCATO DELLA FORMAZIONE MOBILE ENTRO IL 2020

\$38B



Fonte: Transforming learning through m Education. McKinsey

L'esperienza mobile sta lentamente influenzando l'esperienza su browser. Più del 40% dei candidati cerca lavoro tramite smartphone e più del 60% di tutti i video online è ormai fruito su dispositivi mobile (Kleiner Perkins Internet Trends). Secondo Josh Bersin, la prossima generazione di sistemi di formazione aziendale potrebbe assomigliare maggiormente a siti di social media come BuzzFeed e YouTube, e meno a un catalogo di corsi.

I MILLENNIAL AMANO IL PROPRIO SMARTPHONE...

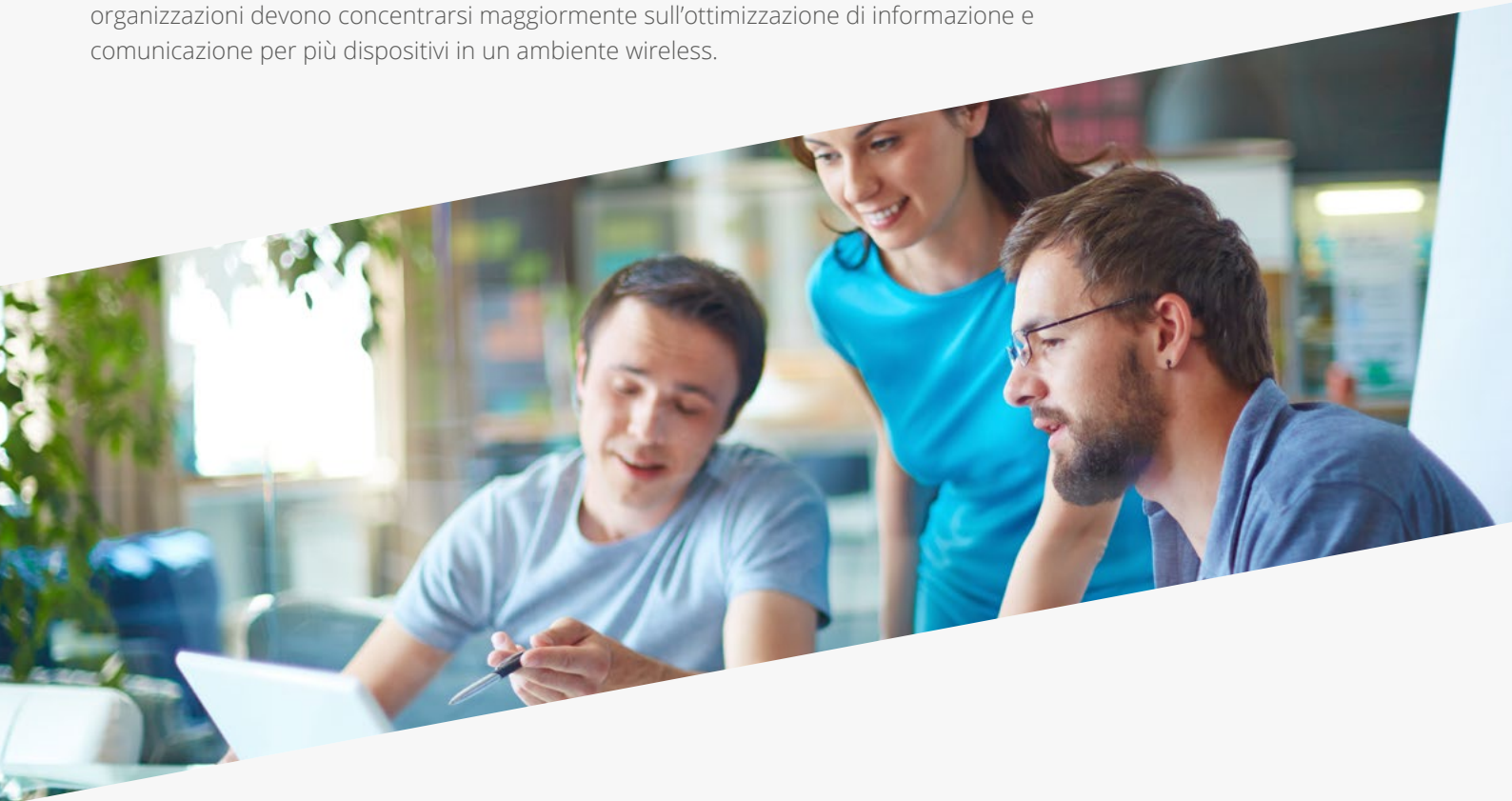


87% = "Lo smartphone è sempre con me"



Fonte: KPCB, Zogby Analytics

In un mondo sempre più mobile, con tablet, phablet, auricolari e dispositivi inossidabili, le organizzazioni devono concentrarsi maggiormente sull'ottimizzazione di informazione e comunicazione per più dispositivi in un ambiente wireless.



ADOZIONE DEI PROCESSI HR MOBILE

ADOZIONE DEI PROCESSI HR MOBILE	UTILIZZO DELLA FORZA LAVORO	
	OGGI	IN 12 MESI
AMMINISTRATIVI	15%	33%
HR Management/Conservazione della documentazione	11%	31%
Contabilità	19%	35%
MANAGEMENT DELLA FORZA LAVORO	8%	25%
Tempo e lavoro/Tempo e frequenza	7%	24%
Gestione ferie	8%	27%
Gestione dell'assenza	8%	26%
Pianificazione della forza lavoro/Programmazione del lavoro	7%	23%
TALENT MANAGEMENT	20%	37%
Recruiting	17%	31%
Performance Management/Goal Management	25%	40%
Management	24%	37%
Formazione e Sviluppo	20%	39%
Retribuzione	13%	32%
Business Intelligence/Analytics della forza lavoro	4%	13%
Adozione media della forza lavoro tra tutti i processi mobile	13%	27%

Fonte: Cierra Cedar

Le ultime innovazioni nel settore del mobile learning includono formazione location-based, performance in tempo reale e supporto alle decisioni, mobile learning Value Added Services (VAS) e, più di recente, realtà aumentata.

MICROLEARNING

Il micro-learning è spesso definito come formazione bite-sized. Si tratta di contenuti formativi brevi e concentrati (da 3 a 5 minuti, o anche più brevi), progettati per soddisfare specifici risultati formativi. Tale modalità può essere utilizzata per la formazione formale, ma è impiegata per lo più nella formazione informale (con particolare attenzione al miglioramento delle performance).

I contenuti di micro-learning sono progettati ed erogati in formati rich media. La loro brevità e l'accessibilità su più dispositivi (tra cui smartphone, tablet, desktop e laptop) li rende la soluzione ideale per la formazione just-in-time (o nel momento del bisogno), dando la possibilità alla forza lavoro - sempre più indaffarata e distratta da molteplici impegni - di costruire una base di conoscenze nel momento del bisogno.

ESEMPIO: GOOGLE UNIVERSITY

Google gestisce un'università corporate "invisibile", che eroga informazioni ai propri dipendenti nel momento del bisogno, in base al lavoro svolto. Invece di distribuire ai nuovi dipendenti un manuale di formazione, Google fornisce esercitazioni bite-sized prima che i dipendenti abbiano bisogno di nuove informazioni. Ad esempio, i manager ricevono formazione su come completare revisioni di performance, prima che ne abbiano effettivamente bisogno.

Fonte: GSV

Anche se l'espressione "supporto delle performance" è utilizzata già da diversi anni, la maggior parte delle organizzazioni non ha ancora adottato una strategia di formazione nel momento del bisogno. Ci aspettiamo che sempre più aziende inizieranno ad allontanarsi dal tradizionale metodo "firehose", per suddividere la formazione in due gruppi: da una parte le informazioni che i dipendenti devono conoscere e dall'altra le informazioni che devono avere sempre a portata di mano per svolgere al meglio il proprio lavoro. Questo approccio cambierà il modo in cui le aziende erogheranno formazione e farà sì che i metodi di supporto delle performance diventeranno mainstream.

Fonte: Axonify



MOOC AZIENDALI

Il settore dei MOOC, quest'anno, si è sostanzialmente raddoppiato. I MOOC hanno riportato più utenti iscritti nel 2015 rispetto ai primi tre anni (dalla fine del 2011, quando fu lanciato il primo Stanford MOOC). Secondo i dati raccolti da Central Class, il numero totale di iscritti ad almeno un corso è passato da 16-18 milioni dello scorso anno a oltre 35 milioni.

Coursera, EdX e Udacity sono i tre più grandi provider di MOOC. FutureLearn, che ha chiuso il 2015 in rialzo, ha avuto un anno di breakout e ha ora conta più studenti rispetto ad Udacity. Attualmente, FutureLearn è il terzo più grande fornitore di MOOC nel mondo.

MOOC: I 5 TREND PIÙ IMPORTANTI

1

CORSI DI FORMAZIONE ASINCRONA

Recentemente, i fornitori di MOOC si sono spostati verso un modello di autoapprendimento, il che significa che i corsi sono sempre aperti per l'iscrizione e gli utenti possono completare i corsi al proprio ritmo.

2

I CERTIFICATI NON SONO PIÙ GRATUITI

La ricerca dei ricavi ha fatto sì che molti fornitori MOOC abbiano smesso di offrire i certificati gratuitamente.

3

MOOC MIRATI PER L'ISTRUZIONE SUPERIORE

Un'altra tendenza in crescita per i MOOC è quella di offrire corsi agli studenti delle scuole superiori. Questi corsi sono per lo più presentazioni o corsi di preparazione per il college, per ridurre sostanzialmente il divario tra il liceo e gli studi universitari.

4

I GRANDI PROVIDER DI MOOC TROVANO IL PROPRIO MODELLO DI BUSINESS

Lo scorso anno, i grandi provider di MOOC hanno creato le proprie credenziali: Nanodegrees di Udacity, Specializations di Coursera e Xseries di EDX. Per Coursera e Udacity, queste credenziali sono diventate una fonte principale di ricavi.

5

GRANDI CICLI DI FINANZIAMENTO PER ACCELERARE LA CRESCITA

nel mese di agosto, Coursera ha annunciato un round di serie C per 61,1 milioni di dollari. Poco dopo, nel novembre, Udacity ha annunciato un round di finanziamento di serie D di 105 milioni di dollari. Open University del Regno Unito ha annunciato che nei prossimi tre anni investirà 13 milioni di sterline nella sua società controllata FutureLearn.

¹ <https://www.class-central.com/report/futurelearn-13m-investment/>

Un'altra area di forte crescita è quella dei MOOC in co-branding tra aziende e università.

COME IMPARIAMO

STILE DI APPRENDIMENTO

Lo stile di apprendimento è un comportamento cognitivo, affettivo e fisiologico di come viene appreso l'ambiente intorno a sé e vengono acquisite nuove informazioni. Il concetto fondamentale è che gli individui apprendono in maniera diversa uno dall'altro, secondo le modalità e le strategie con cui ciascuno elabora le informazioni

VISIVO

Il visual learning consiste nell'insegnare o apprendere tramite immagini, disegni, fotografie, simboli, mappe concettuali, grafici e diagrammi.

UDITIVO

L'apprendimento uditivo è uno stile di apprendimento in base al quale le persone imparano tramite l'ascolto.

TATTILE

L'apprendimento che avviene toccando e manipolando oggetti.

CINESTETICO

L'apprendimento cinestetico è un particolare stile di apprendimento che coinvolge un'attività fisica, piuttosto che una lezione o una presentazione.

ANALITICO

Gli studenti analitici si concentrano sui dettagli del linguaggio, come ad esempio le regole grammaticali o l'analisi di frasi e parole

GLOBALE

L'apprendimento globale si concentra sull'insieme, e non su singoli dettagli. Le persone che prediligono questa modalità di apprendimento sono alla ricerca di argomenti accattivanti, piuttosto che di lezioni lente o particolarmente noiose.

Fonte: Infogr.com

GESTIONE DEI TALENTI: UN TEMA CRUCIALE PER LA FORMAZIONE

Per competere e ottenere successo, le organizzazioni devono gestire i propri talenti. Si tratta di un tema cruciale. Nella gestione dei talenti, le aziende non devono limitarsi ad attrarre e trattenere i talenti, ma devono impegnarsi nel costruire e rafforzare il potenziale dipendente che supporta automaticamente le organizzazioni nel raggiungimento dei propri obiettivi di business.

MarketsandMarkets prevede che il mercato del software di gestione dei talenti globale è destinato a crescere da 5,270.3 milioni di dollari nel 2014 a 11,367.0 milioni entro il 2019, ad un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 16,6%. Nello scenario attuale, il Nord America dovrebbe essere il più grande mercato sulla base della spesa e dell'adozione di software di gestione dei talenti.

Secondo Brandon Hall “dopo l’implementazione di una soluzione tecnologica per l’acquisizione dei talenti, molte organizzazioni hanno visto un miglioramento del 10% o più della produttività, dell’engagement dei dipendenti e dei profitti.”

L&D è la ‘sala macchine’ di una strategia integrata dei talenti. Questo perché la formazione coinvolge quasi ogni parte del ciclo dei talenti.

Ad esempio:

- La formazione tramite induzione è fondamentale per l’onboarding dei nuovi assunti e per ridurre il tempo di competenza
- L’opportunità di formazione è un fattore critico per l’engagement dei dipendenti e per la fidelizzazione
- La formazione è uno strumento chiave per migliorare le performance
- La formazione è fondamentale per lo sviluppo personale e la costruzione di competenze future
- L’apprendimento è fondamentale per l’avanzamento di carriera individuale e per la costruzione di capacità organizzative

INNOVAZIONI RIVOLUZIONARIE

Secondo Ambient Insight, i ricavi a livello mondiale per i prodotti di formazione game-based ha raggiunto i 2,6 miliardi di dollari nel 2016. Il CAGR globale per cinque anni è pari al 22,4%. I ricavi raggiungeranno i 7,3 miliardi entro il 2021.

FORMAZIONE GAME-BASED

Tutti amano i giochi, a prescindere dall'età. Circa il 67% delle famiglie americane gioca su computer o su console. Il 26% dei giocatori è di età superiore ai 50 anni, il 74% sotto i 50 anni.

-Entertainment Software Rating Board

CATALIZZATORI PRINCIPALI CHE GUIDANO IL MERCATO MONDIALE DELLA FORMAZIONE GAME-BASED



Fonte: Ambient Insight

“Fino a poco tempo, la formazione game-based era percepita come incompatibile con la cultura aziendale, oltre che molto complessa e costosa da sviluppare. Tale opinione è cambiata radicalmente solo negli ultimi due anni. Il recruiting e le valutazioni delle domande di lavoro game-based stanno rapidamente guadagnando slancio nel settore aziendale, promuovendo la formazione basata sui giochi all'interno di aziende e organizzazioni.”

Fonte: Ambient Insight

Gli studi (in particolare quelli condotti nel campo delle scienze cognitive) rivelano che i giochi hanno una notevole capacità di coinvolgere e stimolare la memoria a lungo termine. Inoltre, i giochi stimolano la modularità mentale, richiedendo lo svolgimento contemporaneo di numerosi compiti.

GAMIFICATION

La gamification rende più coinvolgente la formazione e-learning. L'utilizzo di meccaniche ludiche in contesti di formazione aziendale si traduce in un incremento di engagement e motivazione degli utenti, per svolgere al meglio il proprio lavoro. La gamification nell'e-learning è supportata da nuove tecnologie e innovazioni nel settore ludico. Attraverso la realtà virtuale e aumentata, ad esempio, l'esperienza formativa può risultare ancora più realistica e coinvolgente.



L'APAC (ASIA-PACIFICA)

È destinato a diventare uno dei maggiori utilizzatori di tecniche di gamification entro il **2020**.



MarketsandMarkets prevede che il mercato globale della gamification crescerà da **1,65 miliardi di dollari** nel **2015** a **11,10 miliardi di dollari** entro il **2020**, ad un **CAGR del 46,3%**.



2015

1,65 MILIARDI DI DOLLARI

2020

11,10 MILIARDI DI DOLLARI

Come iniziativa strategica, la gamification è in crescita nel mondo degli affari. Gartner prevede che, entro il 2015, il 40% delle organizzazioni Global 1000 utilizzerà la gamification come meccanismo principale per trasformare le proprie operazioni di business.

Oggi, molte aziende sono pronte ad implementare la gamification nella propria strategia L&D. Spesso, per includere meccaniche ludiche in un programma di formazione, sono sufficienti solo poche settimane, creando un'esperienza più coinvolgente grazie a badge, punteggi e classifiche.

TECNOLOGIE INOSSIDABILI

Secondo Technavio¹, il mercato statunitense delle tecnologie inossidabili legate all'istruzione è destinato a crescere a un tasso annuo di circa il 46% fino al 2020. Gran parte della crescita del mercato delle tecnologie inossidabili si verificherà all'interno di college e università.

I termini "tecnologie inossidabili", "dispositivi inossidabili" e "inossidabili" si riferiscono a tecnologie elettroniche o computer che sono incorporati in capi di abbigliamento e accessori che possono comodamente essere indossati.

Questo trend è guidato sostanzialmente dai consumatori.

Secondo Global Market Insight, in Nord America il mercato di dispositivi inossidabili dominerà la domanda globale nei prossimi cinque anni. Si prevede una crescita sostanziale anche in Asia, dovuta ai bassi costi di produzione in India e Cina. Secondo le previsioni, Regno Unito e Germania guideranno il settore europeo delle tecnologie inossidabili.

Secondo un sondaggio condotto da Vanson Bourne su 300 decisori IT nel Regno Unito, il 29% delle aziende in UK ha in atto progetti legati alle tecnologie inossidabili. Le principali ragioni sono il benessere (16%), l'accesso istantaneo alle informazioni importanti (15%) e il miglioramento del servizio clienti (14%). Uno degli ostacoli più grandi all'ingresso delle tecnologie inossidabili nel mondo del lavoro è costituito dalla disponibilità di infrastrutture IT in grado di sfruttare i dati e analizzarli correttamente (20%).

¹ <http://www.technavio.com/report/usa-education-technology-classroom-wearables-technology-market>

INSIGHT PER AREE GEOGRAFICHE

INDIA

Secondo gli esperti del settore, il futuro dell'istruzione in India dipenderà dai corsi online. Attualmente, la metà della popolazione ha meno di 25 anni. Entro il 2020, l'India dovrebbe affrontare una carenza di 250 milioni di lavoratori qualificati.

A partire dal 2015, l'India è già il secondo mercato per l'e-learning dopo gli Stati Uniti. Tuttavia, in termini di fatturato, l'India figura al quarto posto (tra i primi diciassette paesi) per l'acquisto di e-learning nel 2016.

Il settore dovrebbe raggiungere² la cifra di 1,29 miliardi di dollari entro il 2018, con un CAGR in crescita del 17%. (Trade & Investment Queensland)

Ciò può essere attribuito alla crescita di iniziative normative, come ad esempio progetti di sviluppo di alfabetizzazione finanziati dal governo nei piccoli villaggi e nelle zone rurali. Questa misura è destinata a guidare la domanda del settore nella regione³.

Il mercato della formazione aziendale è sproporzionatamente piccolo, con una stima di spesa pari all'1-2% dei costi del personale e un esborso complessivo inferiore a 1 miliardo di dollari.

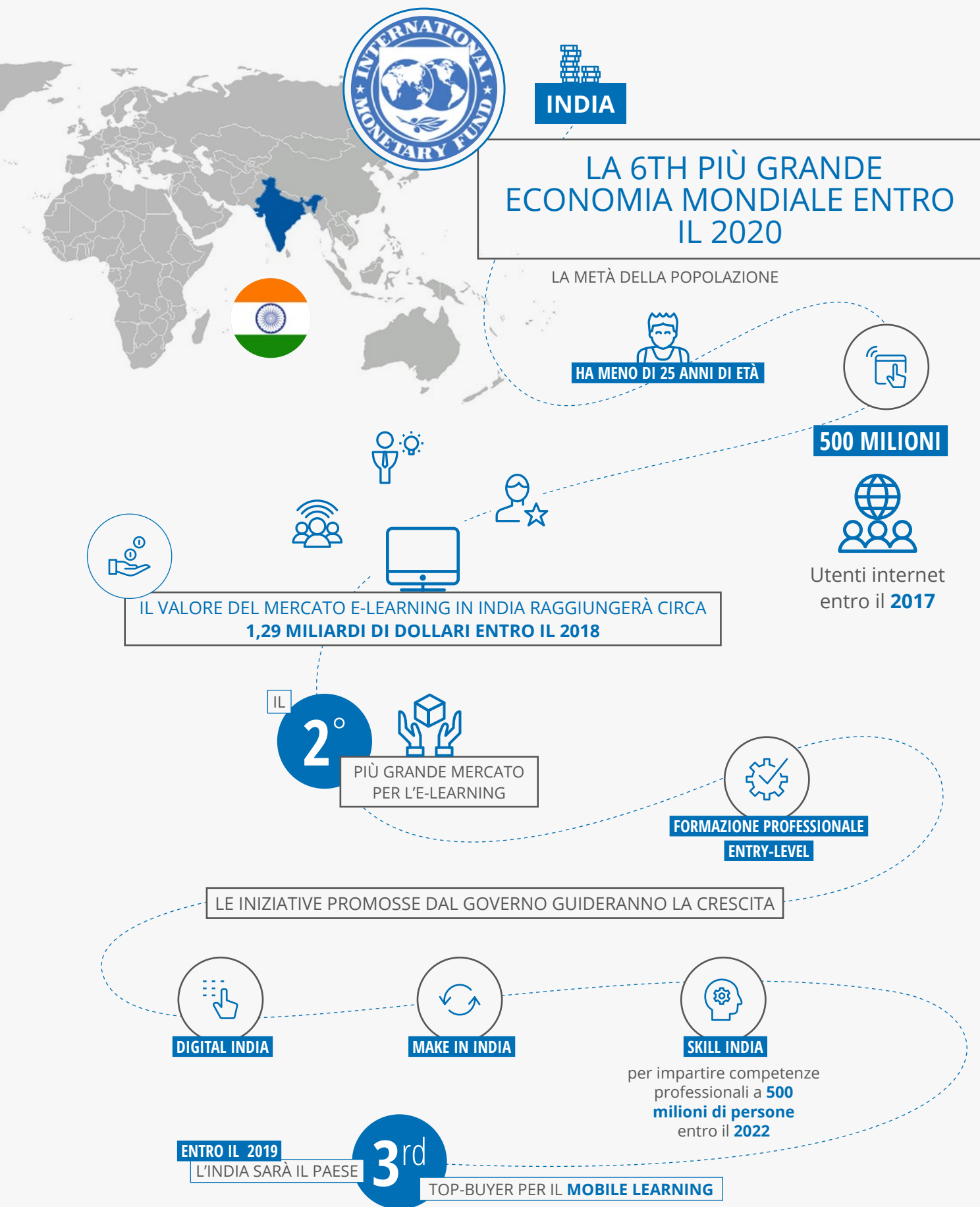
Date le carenze nell'attuale sistema scolastico dell'India, che non è basato sullo sviluppo di adeguate competenze professionali e occupazionali, una parte significativa del budget legato alla formazione organizzativa, anche nelle aziende leader di servizi IT, è destinato alla costruzione di abilità entry-level. Infosys, ad esempio, dispone di vaste risorse e di un intero campus a Mysore, per la formazione di 25.000 nuovi dipendenti per 3-6 mesi ogni anno.

Anche le iniziative del governo sono interamente concentrate sullo sviluppo di competenze legate all'occupabilità per milioni di giovani in età lavorativa. Attualmente è in corso un'iniziativa ambiziosa, promossa da Skill India Mission, volta a impartire e sviluppare competenze lavorative a 500 milioni di persone entro il 2022.

Entro il 2017, in India gli utenti di internet raggiungeranno i 500 milioni (quasi due terzi di essi tramite dispositivi mobile). In India, il mobile learning avrà un impatto enorme sul settore della formazione. Secondo Ambient Insight, entro il 2019 l'India sarà il terzo paese top-buyer per il mobile learning.

² The economic journal Business Standard reports an higher size of eLearning market in India for 2016 estimated to be around \$3 billion. http://www.business-standard.com/article/companies/online-education-the-next-big-thing-in-india-115020600130_1.html

³ Fonte: Global Market Insight: <http://www.technavio.com/report/india-education-technology-online-market>



CINA

Secondo Technode, sempre più persone sono disposte a pagare per la preparazione all'esame professionale, principalmente perché la popolazione della Cina è in crescita e vi è una crescente concorrenza per i lavori affidabili. Il mercato della formazione online sta crescendo rapidamente, per soddisfare l'incremento della domanda. Nel 2016, la Cina si è classificata al 2° posto secondo Ambient Insight tra i paesi top-buyer per l'e-learning di autoapprendimento.

**LA RIPARTIZIONE
DEI RICAVI PER
PRODOTTO NEL 2016
È LA SEGUENTE**
(IN MILIONI
DI DOLLARI US):



CINA: SEGMENTI DI MERCATO	2016
Consumatori	\$959.97
Aziende e organizzazioni	\$1,246.27
Istruzione accademica preK-12	\$1,583.10
Istruzione superiore	\$698.92
Governo federale	\$509.46
Governi provinciali e municipali	\$265.25
Totale	\$5,262.98

I consumatori in Cina stanno guidando la crescita del mercato del mobile learning. I tassi di penetrazione della telefonia mobile sono prevalentemente superiori ai tassi di penetrazione di PC in Cina.

“Negli Stati Uniti e in Europa, un miliardo di persone ha iniziato ad utilizzare internet tramite PC”, ha dichiarato William Bao Bean (MOX managing director e SOSV partner) a Tech in Asia. “In Cina, un miliardo di persone avrà accesso a internet, innanzitutto tramite il mobile. Sarà la più grande popolazione mobile-only al mondo. Questo è il prossimo miliardo⁴.”

Secondo Ambient Insight, ci sono due tendenze principali nel mercato e-learning della Cina: la proliferazione (e il tasso di fallimento) di start-up di formazione online e il numero crescente di grandi aziende internet che entrano nel mercato.

Baidu, Alibaba e Tencent sono le più grandi società di internet in Cina, entrate nei mercati della formazione aziendale e mobile nel 2013 e nel 2014. Oggi, queste aziende stanno aggiungendo funzionalità mobile o stanno passando a soluzioni completamente mobile.

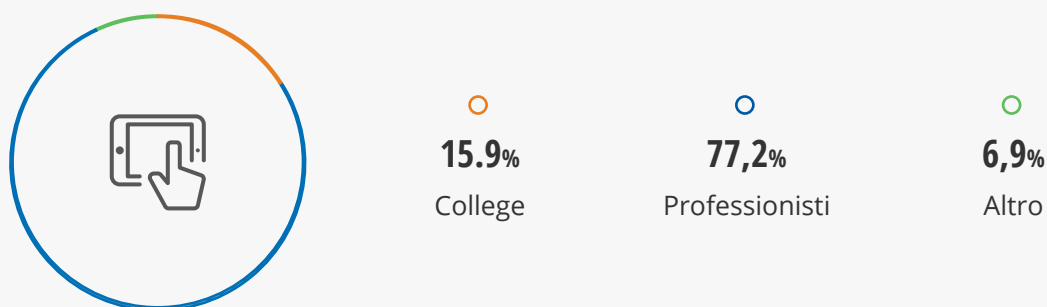
⁴ <https://www.techinasia.com/mox-demo-day-startups-2016>

MOOC CINESI



Come mostrato nella figura seguente, la maggior parte degli utenti della formazione online in Cina è costituita da professionisti (77,2%), seguiti da studenti di college (15,9%) e altri utenti (6,9%).

ISTRUZIONE ONLINE: DISTRIBUZIONE ACCADEMICA DEGLI UTENTI



Fonte: 2013-2014 Online Education User Behavior Analysis Report in China, PR Newswire

Secondo un sondaggio condotto dal EU SME Centre, le aziende cinesi che già adottano strumenti online, li utilizzano principalmente per lo sviluppo delle abilità dei dipendenti (35%) e il reclutamento (20%).

FINALITÀ DI UTILIZZO DI STRUMENTI DI ISTRUZIONE ONLINE NELLE AZIENDE



○
20%
Recruitment

○
15%
Onboarding

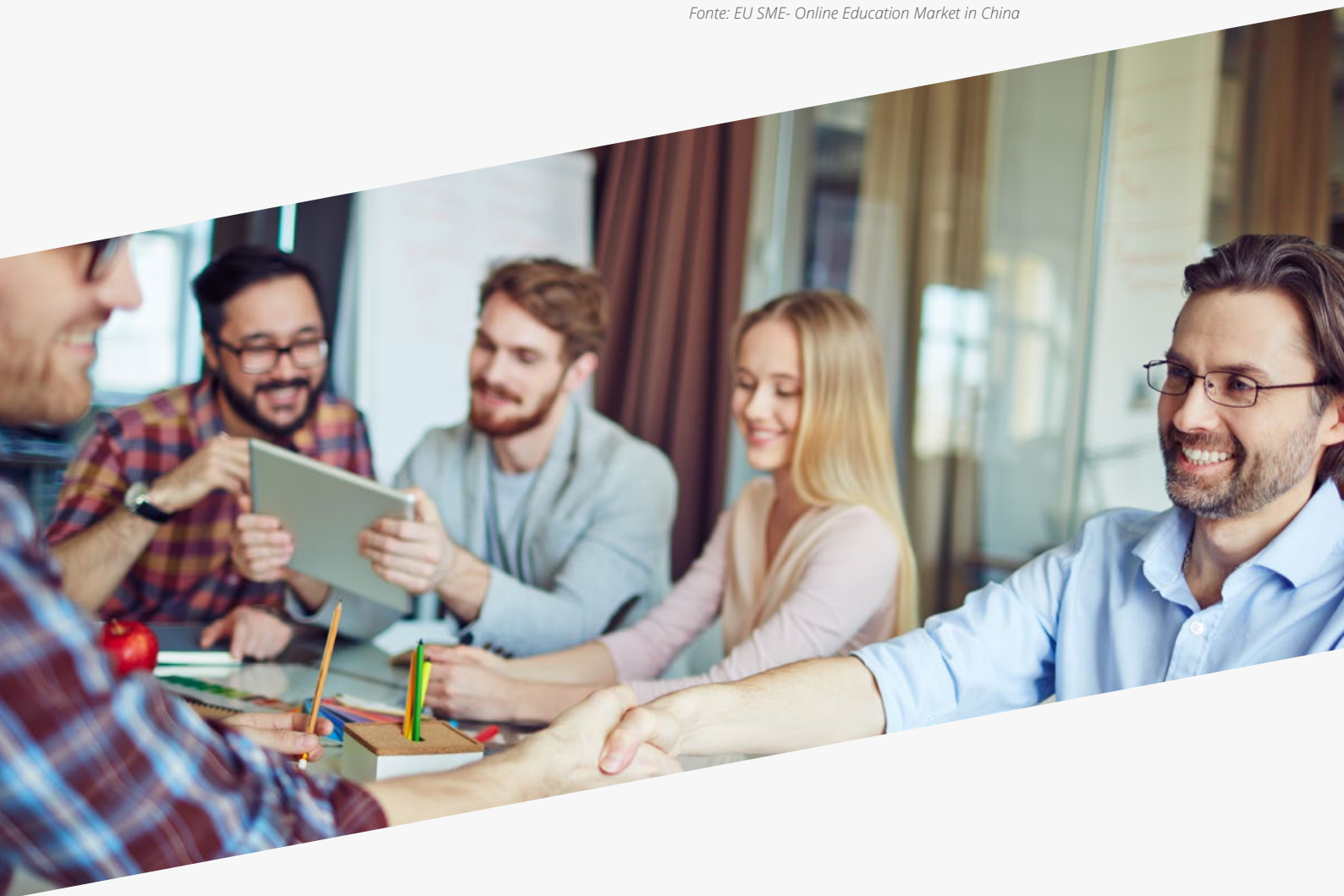
○
10%
Valutazione
delle performance

○
35%
Sviluppo
di abilità

○
10%
Repentino
dei dipendenti

○
10%
Altro

Fonte: EU SME- Online Education Market in China



AMERICA LATINA

Le aziende e i governi latinoamericani riportano una forte domanda di forza lavoro altamente qualificata. L'America Latina è alla ricerca di tecniche innovative ed efficaci per colmare i divari di competenze e aumentare i livelli di produttività, sicurezza ed efficienza complessiva.

Secondo un report di Global Market Insight, l'America Latina (LATAM) assisterà a una notevole crescita dal 2016 al 2020. La quota del mercato e-learning è stata valutata circa 2,1 miliardi di dollari nel 2016 ed è destinata a crescere ad un CAGR di oltre il 14% nel corso del prossimo cinque anni.

<https://www.gminsights.com/industry-analysis/eLearning-market-size>

Con più di 600 milioni di persone e un sistema educativo arretrato rispetto al mondo sviluppato (e non ancora accessibile a tutti), l'America Latina rappresenta un'opportunità interessante per il settore ed tech.

Secondo Ambient Insight, i prodotti di apprendimento delle lingue Digital English sono un sottosegmento del mercato e-learning di autoapprendimento, che registrerà una crescita enorme in LATAM, con un CAGR del 14% circa.

I due paesi top-buyer di prodotti e servizi e-learning in America Latina sono Brasile e Messico. Santillana è il più grande publisher di istruzione in America latina: il 35% dei ricavi globali è generato in Brasile.

Negli ultimi anni, numerosi paesi dell'America Latina hanno adottato MOOC su scala più ampia. Messico e Brasile sono due dei 10 paesi al mondo che utilizzano maggiormente piattaforme MOOC.

Veduca è un MOOC brasiliano, che offre più di 300 corsi gratuiti online in 21 aree di conoscenza. Secondo l'OCSE, grazie alla formazione e-learning, l'accesso all'istruzione da parte di gruppi tradizionalmente esclusi è aumentato. Il 68% delle università riporta che la formazione e-learning ha generato benefici per le persone che vivono nelle zone rurali, il 53% per le donne, il 50% per i gruppi a basso reddito e il 38% alle persone con disabilità.

La Inter-American Development Bank, in collaborazione con EdX, ha creato la piattaforma IDBx per offrire corsi online focalizzati sullo sviluppo economico e sociale.

Il Mobile learning sarà il prodotto di riferimento per i prossimi anni in LATAM, in particolare in Brasile. Secondo Ambient Insight, in Brasile, nel 2014 i ricavi per prodotti e servizi di formazione mobile hanno raggiunto i 338,3 milioni di dollari. Il tasso di crescita è pari al 25,7% e i ricavi saranno superiori a 1,0 miliardi di dollari entro il 2019. Il Brasile genera i maggiori ricavi per il mobile learning in America Latina, con un ampio margine.

MEDIO ORIENTE

Molti paesi del Medio Oriente stanno lavorando su nuovi programmi di formazione, per diversificare la propria economia e garantire che il capitale umano soddisfi i requisiti per la futura forza lavoro. I programmi di formazione professionale stanno guadagnando popolarità e la rivoluzione digitale ha un ruolo importante in questo processo.

I governi del GCC stanno cercando attivamente di ridurre la loro dipendenza dalle economie basate sul petrolio, così come dalle grandi popolazioni di persone che vivono all'estero e che compongono la maggior parte delle risorse umane in ambito lavorativo.

Secondo Ambient Insight, il mercato e-learning asincrono in Medio Oriente raggiungerà entro la fine del 2016 il valore di circa 690 milioni di dollari.

Turchia ed Egitto sono i maggiori buyer del Medio Oriente.

Edraak è una piattaforma MOOC nata da un'iniziativa della Queen Rania Foundation (QRF).



MIDDLE EAST



BAHRAIN
CIPRO
EGITTO
IRAN
IRAQ
ISRAELE
GIORDANIA
KUWAIT
LIBANO
OMAN
QATAR
ARABIA SAUDITA
SIRIA
TURCHIA
EMIRATI ARABI UNITI
YEMEN

L'inglese è la lingua ufficiale del business in Medio Oriente (essenziale anche per espandere il business all'estero). Pertanto, molti paesi in questa regione puntano a migliorare la qualità del proprio approccio all'istruzione della lingua inglese (ELT), per offrire ai propri studenti migliori opportunità.

USA

Secondo Ambient Insight, il mercato statunitense dell'e-learning supererà i 27 miliardi di dollari entro la fine del 2016.

Il Nord America rappresenta attualmente oltre il 50% della quota totale del mercato e-learning asincrono.

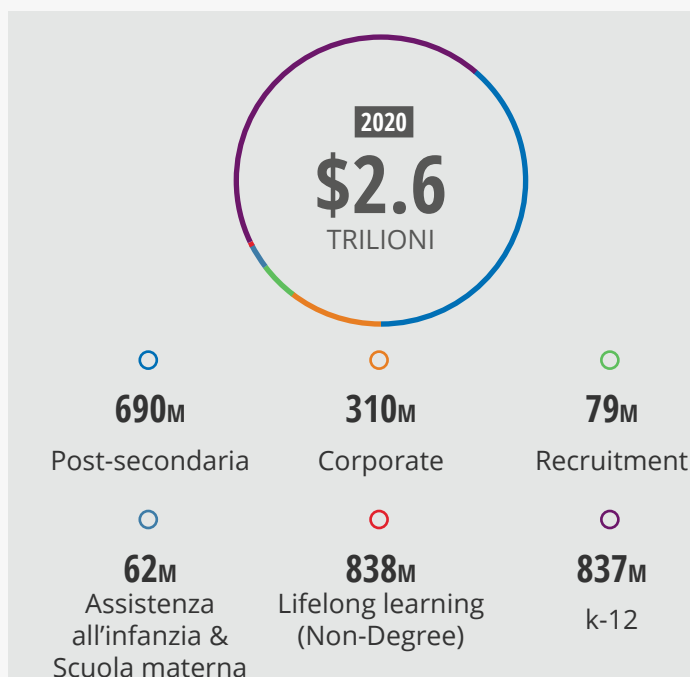
Secondo un recente studio di mercato pubblicato da **Technavio**, la dimensione **del mercato globale dell'e-learning aziendale** raggiungerà i 31 miliardi di dollari di fatturato entro la fine del 2020.

Data la rapida e crescente diffusione della formazione continua, molte aziende sono diventate più consapevoli di come utilizzare in maniera efficace le proprie strategie, per fornire contenuti e accessibilità ai contenuti da qualsiasi luogo e in qualsiasi momento. Questo nuovo focus sulla formazione continua farà sì che, nel corso dei prossimi 5 anni, il mercato in Nord America continuerà a crescere.

REGIONE	2016
Nord America	\$23,337.4
America Latina	\$2,106.0
Europa Occidentale	\$7,978.6
Europa Orientale	\$1,024.8
Asia	\$10,936.5
Medio Oriente	\$683.7
Africa	\$607.7
Totale	\$46,674.7

Secondo GSV, il segmento Corporate del mercato statunitense dell'istruzione è stato valutato circa 236 miliardi di dollari nel 2015, e secondo le previsioni raggiungerà 310 miliardi entro il 2020.

ANALISI DEL MERCATO DELL'ISTRUZIONE IN USA



Secondo Ambient Insight, negli Stati Uniti i ricavi dei prodotti e dei servizi per la formazione mobile hanno raggiunto 1,6 miliardi di dollari nel 2014. Entro il 2019, inoltre, si prevede che raggiungeranno 2,1 miliardi di dollari. I ricavi del mobile learning negli Stati Uniti sono fortemente concentrati nel segmento consumer, mentre le aziende americane si sono dimostrate piuttosto lente nell'adottare strumenti di formazione mobile.

Recentemente, i fornitori di servizi e piattaforme di realtà aumentata (AR) stanno spostando il focus su buyer aziendali.

Gli Stati Uniti sono il paese top-buyer nel settore dei giochi educativi, seguiti da Giappone Corea del Sud, Cina e India.

Una società di formazione aziendale game-based chiamata mLevel ha ottenuto un finanziamento di 5 milioni di dollari nel mese di luglio 2015. GamEffective copre anche il segmento corporate e ha ottenuto 7 milioni di dollari di investimenti privati nel giugno 2016.

MarketsandMarkets ritiene che il mercato globale dei software di gestione dei talenti sia destinato a crescere da 5,270.3 milioni di dollari nel 2014 a 11,367.0 milioni entro il 2019, con un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 16,6%. Nello scenario attuale, il Nord America dovrebbe essere il più grande mercato per quel che riguarda la spesa e l'adozione di software per la gestione dei talenti.



EUROPA

Secondo Ambient Insight, il mercato e-learning asincrono in Europa Occidentale vale circa 8 miliardi di dollari nel 2016, mentre il mercato dell'Est Europa raggiunge circa 1 miliardo di dollari.

Il più grande buyer in Europa Orientale è la Federazione Russa.

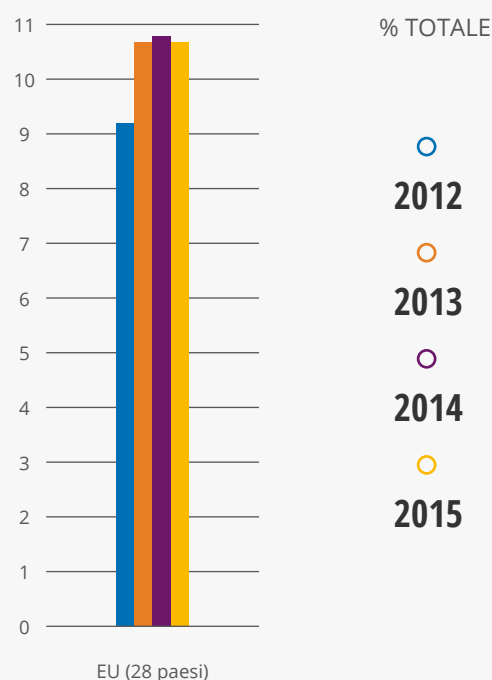
Il più grande buyer in Europa Occidentale è la Gran Bretagna.

L'Europa è un mercato maturo, con una elevata domanda da parte dei classici acquirenti di prodotti e servizi e-learning (scuola, governo, istruzione superiore e aziende).

La crescente domanda di formazione continua in Europa farà incrementare l'adozione di diverse metodologie e nuovi prodotti formativi.

REGION	2016
Nord America	\$23,337.4
America Latina	\$2,106.0
Europa Occidentale	\$7,978.6
Europa Orientale	\$1,024.8
Asia	\$10,936.5
Medio Oriente	\$683.7
Africa	\$607.7
Totale	\$46,674.7

FORMAZIONE CONTINUA

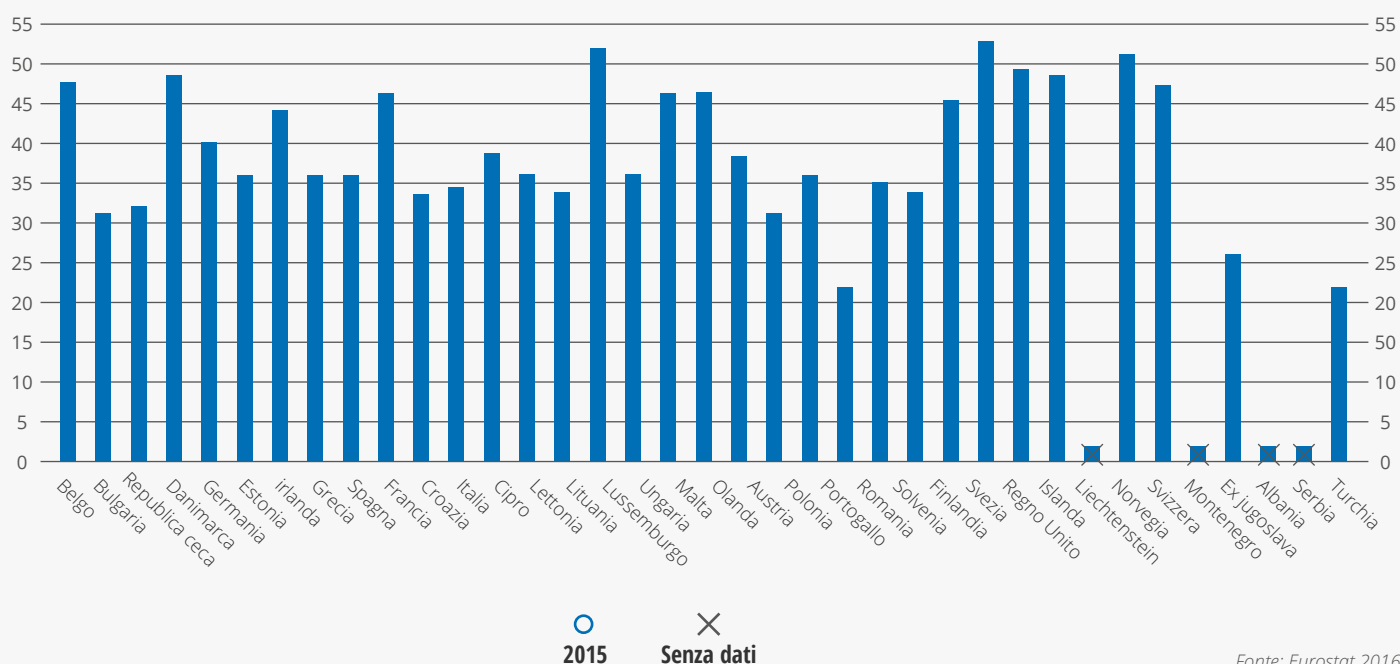


Fonte: Eurostat 2016

Gli analisti di Technavio hanno previsto che il mercato della formazione aziendale, in Europa, crescerà tra il 2016 e il 2020 con un CAGR prossimo al 9%.

OCCUPAZIONE NEL SETTORE MANIFATTURIERO AD ALTA E MEDIO-ALTA TECNOLOGIA E DEI SERVIZI AD ALTA INTENSITÀ DI CONOSCENZA

% dell'occupazione in totale
Totale dei servizi ad alta intensità di conoscenza



Fonte: Eurostat 2016

Secondo diverse fonti, nel mercato della formazione aziendale, il training con istruttore è ancora dominante, ma la formazione a distanza sta guadagnando sempre più terreno.

“Il mercato della formazione aziendale in Europa è uno dei più dinamici, a causa della presenza di numerosi fornitori di soluzioni formative e professionisti della formazione. Il mercato è diventato più frammentato e specializzato, con fornitori che stanno progettando soluzioni per esigenze specifiche, come ad esempio problem solving, sviluppo di abilità comportamentali e altre competenze IT non convenzionali. Il mercato include diversi nuovi provider, oltre ai fornitori specializzati che si concentrano sulle specifiche esigenze di formazione aziendale. Inoltre, il mercato sta assistendo alla nascita di una nicchia di nuove aziende di formazione aziendale che operano solo in settori specifici.”

Fonte: Fonte Technavio⁶

⁶ <http://www.technavio.com/report/europe-education-technology-corporate-training-market-europe-2016-2020>

**SPERIAMO CHE QUESTO REPORT POSSA ESSERTI UTILE PER ANALIZZARE
ACCURATAMENTE LO STATO ATTUALE E IL FUTURO DEL SETTORE GLOBALE
DELLA FORMAZIONE E-LEARNING.**

Il mondo della formazione online continua ad evolversi rapidamente e districarsi tra le nuove tecnologie formative può rivelarsi un compito piuttosto complesso. Hai già implementato un learning management system nella tua azienda? Sei soddisfatto del tuo attuale LMS?

Vuoi rendere più efficace e coinvolgente la tua strategia di formazione aziendale, incrementando le performance di business? Contatta il nostro team e richiedi una demo gratuita di Docebo LMS.

RICHIEDI UNA DEMO



Per maggiori informazioni, visita: www.docebo.com/it



www.facebook.com/Docebo



twitter.com/docebo



www.linkedin.com/company/docebo-srl

docebo®

Copyright © 2016 Docebo - Tutti i diritti riservati. Per contattare Docebo, visita: www.docebo.com

FONTI

Aberdeen Group, Bridging the skills gap taking the internal approach, 2016

Ambient Insight, The 2016-2021 Worldwide Self-paced eLearning Market

Ambient Insight, 2014-2019 Worldwide mobile learning Market

Ambient Insight, The 2016-2021 Global Game-Based Learning Market

Adam Coope, Learning Analytics Interoperability – The Big Picture in Brief, 2014

Brandon Hall Group, 2016 Learning Technology Study: Summary of Top Findings

Brandon Hall Group, 2015 Learning and Development AnswerBook

Brandon Hall Group, 2016 Talent Acquisition Technology 2016: Top 5 research Findings

Bersin by Deloitte, Corporate Learning Factbook 2015: Benchmarks, Trends, and Analysis of the U.S. Training Market, 2015

Bersin by Deloitte, The Global Market for Learning Management Systems, 2014

CB Insights, Analyzing Ed Tech Performance

Cegos, Baromètre de l'Observatoire Cegos, 2015

CIDP, Learning and development survey 2015

Deloitte University Press, Asia Pacific Economic Forecast, 4th Quarter 2016

Fosway, 9-Grid™ Authoring Tools January 2016

Fosway, 9-Grid™ Bespoke eLearning solutions January 2016

GSV, 2020 Vision, A history of the Future, 2015

Measuring Knowledge Investment, Benchmarking Report from the Corporate Learning Network. January 2014.

Pew Research Center, March, 2016, “Lifelong Learning and Technology”

Sierra-Cedar 2015-2016 HR System Survey, 2015

Technavio, Global Learning Management System (LMS) Market 2016-2020

Technavio, Global Corporate eLearning Market 2016-2020

Triparna Mukherjee, Asoke Nath Trends and Challenges in E-Learning Methodologies, January 2016