

ING België maakt van afstandsonderwijs een speerpunt van haar opleidingsbeleid

SAMENVATTING



Doel

Om de ontwikkeling van de vaardigheden van haar medewerkers te kunnen begeleiden, heeft ING België haar opleidingsaanbod volledig herzien. Doelstelling? Een flexibele oplossing invoeren die traditionele opleiding en onlinesessies combineert, om zo tot een recordaantal deelnemers te komen.

ING België

ING, een financiële dienstverlener, is in de eerste plaats bekend als bankier. In België is ING tevens actief op het vlak van activabeheer, verzekeringen, leasing en vastgoed. Elke eenheid streeft ernaar haar cliënten op eigen terrein bij te staan door hoogstaande producten, diensten en advies aan te bieden.



► In het verlengde van haar ontwikkeling heeft ING België besloten om haar opleidingsbeleid en methodes grondig te hervormen door geleidelijk voor haar 14.000 medewerkers afstandsonderwijs in te voeren.

De ING Groep, een financiële instelling die op wereldniveau actief is (50 landen), telt wereldwijd meer dan 120.000 medewerkers, die bank-, verzekerings- en vermogensbeheerdiensten en -producten aanbieden aan meer dan 75 miljoen cliënten (particulieren, gezinnen, kleine en grote ondernemingen, instellingen, overheden).

De Belgische entiteit streeft ernaar een toonaangevende financiële instelling te blijven en wil zich voorbereiden op de toekomst. Dit sluit aan op een permanente ontwikkeling, zowel op procesniveau als op niveau van de ontwikkeling van de vaardigheden van haar medewerkers. De financiële groep definieerde daarom nieuwe structurerende strategische uitdagingen op korte, middellange en lange termijn. Aan de afdeling Learning en Development van ING België werd gevraagd deze laatste te vertalen naar HR-uitdagingen, die op hun beurt werden vertaald naar opleidingsuitdagingen. Zo wordt de ontwikkeling van de business (strategische uitdaging) omgezet in management performance (HR uitdaging), dat op haar beurt wordt omgezet in evaluatie/return on

investment van de opleiding (opleidingsuitdaging).

Hervorming van de leermethodes

“Parallel met de herstructurering van de organisatie wenste de afdeling Learning en Development haar opvatting over de opleiding evenals haar methodes volledig te herzien”, vertelt Hendrik Geleyte, Manager Development Advise binnen de afdeling. Er werd dan ook geopteerd voor een volledige hervorming van het opleidingsaanbod binnen de onderneming, in het verlengde van de interne evoluties, met name de ontwikkeling van nieuwe technologieën. “We wilden graag kunnen beschikken over een geïntegreerde flexibele oplossing, die kan worden aangepast aan de te ontwikkelen typologieën voor opleidingsprojecten: portaal voor zelfstudie, coaching, 100% afstandsonderwijs, blended learning...”

Dit verklaart de keuze voor het afstandsonderwijs, aangeboden door CrossKnowledge (eerste kwartaal 2008), dat de verantwoordelijken binnen de onderneming wist te overtuigen dankzij de talrijke

“Het gaat voor ING hierbij echt om een algemeen ondernemingsproject. Op termijn zijn al onze medewerkers betrokken bij deze revolutie op het vlak van leren, namelijk het afstandsonderwijs.”

**Hendrik Geleyte, Manager Development Adviser,
Learning & Development, ING België**

voordelen ervan. *“Deze keuze is voor ons bijzonder bepalend, aangezien alle opleidingsverantwoordelijken en projectleiders opleiding binnen ING België het afstandsonderwijs binnen hun programma op efficiënte en relevante wijze moeten opnemen. Dit kan in de vorm van blended learning, 100 % afstandsonderwijs, voor of na andere opleidingsactiviteiten”,* aldus Nathalie Vandervinne, Project Manager en verantwoordelijk voor de coördinatie van de implementatie van het aanbod van CrossKnowledge.

Twee voordelen van online-leren zijn de flexibiliteit en het gebruiksgemak ervan. Indien de cursist over een computer beschikt, kan hij een opleiding volgen tijdens de werktijd, gedurende een pauze of gewoon thuis. *“Deze tool stelt ons in staat talloze medewerkers in korte tijd op te leiden”,* legt Cécile Leonard, Human Resources Manager, uit. Uiteraard betekent de komst van het afstandsonderwijs geenszins dat het contactonderwijs volledig verdwijnt, verklaart Cécile Leonard: *“het moet een evenwichtige mix worden van twee leermethodes, en dat noemen we ‘blended learning’. Om bepaalde aspecten van kennis over te dragen bijvoorbeeld, gaat er niets boven menselijke aanwezigheid.”*

‘Summer School’: een test

De eerste online-opleiding werd dit jaar bij wijze van grootschalige test in de zomer gelanceerd (‘Summer School’), met als streefdoel het opstarten van een nieuwe pedagogi-

sche dynamiek. De eerste gebruikers waren doelgroepen bestaande uit een honderdtal medewerkers die een opleiding kregen in zogenoemde gedragsmodules (time management, communicatie, assertiviteit). *“Er werd een incentive-systeem ontwikkeld met prijzen voor wie de meeste opleidingen volgde, en rondom deze lanceringscampagne werden andere marketingactiviteiten georganiseerd”,* legt Nathalie Vandervinne uit.

Zo werd er een grootscheeps marketing- en communicatieplan ontwikkeld om de medewerkers van ING België in te lichten over de nieuwe programma’s (een specifiek logo, een intranetsite, posters, post cards,...). Tevens werd tijdelijk een speciale stand geplaatst, evenals een terminal, aangesloten op het opleidingsportaal, op een locatie in de kantoren van ING België met veel doorgang.

De verantwoordelijken van de afdeling Learning en Development zijn zich er ten volle van bewust: de overgang naar online-leren staat voor heel wat medewerkers gelijk met een heuse culturele revolutie. *“Niet alle generaties zijn even vertrouwd met informatica. Opleiding en aanpassing zijn noodzakelijk. Het is aan ons om onze collega’s te overtuigen van het belang van deze werkwijze zodat ze er volledig vertrouwd mee raken en enthousiaste tussenpersonen kunnen worden binnen de onderneming. We zijn ons bewust van het belang van communicatie om de medewerkers hierop voor te bereiden”,* aldus Nathalie Vandervinne.

Resultaten in lijn van de inzet en verwachtingen

De resultaten van de eerste campagne zijn veelzeggend: meer dan 330 vrijwillige cursisten, waarvan 96 % zich daadwerkelijk op het opleidingsportaal heeft aangemeld en 84 % online-sessies heeft gevolgd. Tijdens de drie maanden durende ‘Summer School’ werden meer dan 1500 sessies van CrossKnowledge geraadpleegd en gevolgd, goed voor 1100 opleidingsuren.

Als aanvulling op deze kwantitatieve resultaten werd bij de cursisten aan het eind van het traject een tevredenheidsonderzoek uitgevoerd. Hieruit blijkt duidelijk hoezeer de medewerkers van ING België achter de nieuwe leer methode staan. Een nauwe samenwerking tussen de teams van ING en CrossKnowledge, een grootschalig communicatieplan, een regelmatige opvolging en begeleiding van de cursisten dankzij het animatieplan zijn een aantal van de succesfactoren van dit eerste project, en stuk voor stuk ‘best practices’ voor de toekomst.

Hendrik Geleyte bevestigt dit: *“Voor ING is dit een algemeen ondernemingsproject. Op termijn worden al onze medewerkers immers betrokken bij het afstandsonderwijs, een heuse revolutie op het vlak van opleiding.”* ● ● ●