

# PPS Inspiration



## Ny syn på utbildning och lärande ställer nya krav på utbildningsleverantörer

Hur har pandemin påverkat vår syn på lärande och utbildningar? Hur ska vi möta aktuella utbildningsbehov?

En kvalitativ undersökning gjord av PPS våren 2021 visar att synen på lärande öppnar vägar för nya sätt att utbilda och ger nya infallsvinklar på lärande. Det går fort på marknaden och företag befinner sig i nya situationer med nya konkurrenter som ställer högre krav på snabbhet, nya kompetenser och att ställa om och lära om i allt snabbare tempo. Man pratar i termer av Up-skilling och Re-skilling, samtidigt är 70-20-10 regeln högst relevant, d.v.s att lärande ska ske till 70% genom lärande i arbetsituationen, 20% består av coaching och mentorskap och 10% genom traditionella utbildningsinsatser i klassrum. Nu utmanas de traditionella klassrumskurserna i tiden efter pandemin.

### Tid - en kritisk faktor

Nya förutsättningar skapas på utbildningsmarknaden när omvärlden ändras i allt snabbare takt och gör tid till en alltmer kritisk faktor. Det i sig är inget nytt, men takten ökar. Lärande måste gå fort, vara lättillgängligt och momentant. Ansvar för kompetensutveckling läggs i högre grad på individen medan organisationer och företag står för möjligheter i form av tillgänglighet och säkerställande av relevanta utbildningar. Detta sker genom kvalitetssäkring och erbjuds i form av olika plattformar som t.ex. interna LMS, Learning managementsystems, LinkedIn learning mfl.

### Skapa upplevelse

Klassrumsutbildning kommer högst sannolikt finnas kvar men första prioritet blir att hitta en digital utbildning. Fördelarna med att välja digitalt blir dels effekt och ekonomi, plats och resande är aspekter

som inte behöver tas hänsyn till, samtidigt som man kan gå tillbaka och titta på t.ex. inspelat material. Man vill att lärande ska vara anpassat efter individen.

Större vikt läggs också vid upplevelse, speciellt i de fall man väljer en klassrumsutbildning. Den ska ge något extra. Det ska kännas att tiden var väl investerad och att upplevelsen gav något som inte kan åstadkommas digitalt.

### **Relationsskapande och samarbete**

Som kund och ansvarig för kompetensutveckling söker man partnerskap, någon att resonera med som förstår verksamheten och kan skapa en helhetsbild av utbildningsbehov. Relationsskapande blir alltmer centralt och utbildningsleverantörer behöver agera "mäklare" för att förstå och tillgodo se ett totalt behov, genom att kunna plocka ihop ett relevant och skräddarsytt erbjudande. Detta ställer högre krav på samarbete på utbildningsmarknaden.