

MERCURI
international

DIGITAL LEARNING CENTER

E-BOK

THE SCIENCE OF LEARNING

Utbildning anpassad för
morgondagens medarbetare



INNEHÅLL

INLEDNING	3
PERSPEKTIV – Världen genom en säljares ögon	4
DET VETENSKAPLIGA... Läget fram till idag	5
DET PRAKTISKA... Därför är det viktigt	7
SLUTSATSER	8

INLEDNING

2017 publicerade John Bersin i samarbete med Deloitte Professional Services Network en rapport där det bland annat framkom att säljare endast har 24 minuter per vecka till utbildning. För att sätta detta i perspektiv rekommenderar tandläkare att en god tandborstningsrutin bör ta 28 minuter. Nu är inte syftet att ifrågasätta fördelarna med en god rutin för munhygien, men det är uppseendeväckande att endast 1% av en normal 40-timmarsvecka ägnas åt något så viktigt som yrkesmässig utveckling.

Så vad är lösningen? Jo, det finns faktiskt fler olika möjligheter. Vi kan antingen optimera dessa 24 minuter för att ge största möjliga utbyte, eller vi kan hitta nya och kreativa sätt att omfördela spilltid från andra aktiviteter. Alternativt kan vi också sluta borsta tänderna (där får vi genast 28 minuter extra), men det är nog inte en särskilt hållbar lösning i längden. Eller en särskilt trevlig sådan.



**Säljare har idag endast
24 minuter per vecka
för utbildning**

PERSPEKTIV

VÄRLDEN GENOM EN SÄLJARES ÖGON

Oavsett bransch har alla säljteam vissa saker gemensamt. De är ofta på språng, arbetar på olika fysiska platser och reser mer eller mindre i perioder. Att komma till avslut med en affär är högprioriterat för säljarna och konverteringsgraden är en nyckelfaktor i deras aktiviteter. De lever under ständig tidspress och har ofta ett splittrat schema. Eftersom de för en mycket mobil tillvaro är de ofta vana vid, och faktiskt beroende av, att arbeta med mobila enheter.

Säljprofilen innebär ett antal utmaningar, men också möjligheter. Eftersom de sällan tillämpar vanliga kontorstider från 9:00 till 17:00 måste utbildningslösningarna vara flexibla nog för att fungera i en säljares vardag, vare sig det handlar om en 5 minuters kafferast eller en timmes tågresor. Lösningen måste vara anpassad för dem, inte tvärt om.

Men vad som till en början kan verka vara en utmaning (korta tidsluckor att använda till utbildning utspridda över arbetsveckan) kan faktiskt visa sig vara en stora möjlighet...



Säljare är vana vid, och faktiskt beroende av, mobila enheter.

DET VETENSKAPLIGA...

LÄGET FRAM TILL IDAG

För att förstå dagsläget måste vi börja med att se tillbaka.

1956 publicerade George A. Miller en artikel med rubriken "The Magical Number 7, plus or minus 2", baserad på en tes kring korttidsminnets begränsningar. Hans teorier vilar på god vetenskaplig grund (och även språket är njutbart, exempelvis i meningar som "the use of successive judgements...introduces memory as the handmaiden of discrimination"), men hans centrala påstående är att en människa endast kan hålla sju plus/minus två olika begrepp i minnet samtidigt.

För att förenkla hans teori kan man säga att antalet avser det största antal saker (siffror, bokstäver eller ord) som en människa omedelbart kan upprepa fullständigt korrekt. Hans slutsatser, som numera ofta kallas Millers lag, lade grunden till ett helt nytt vetenskapsområde, den kognitiva psykologin.

I slutet av 80-talet utvecklade John Sweller denna teori till att även omfatta 'cognitive load theory' och hävdade att för att kunna lära behöver man bryta ner informationen i mindre bitar, bitar som lättare kan tas in i långtidsminnet.



För att kunna ta till oss kunskap behöver vi bryta ner informationen i mindre delar.

“Människor lär sig bättre med en kombination av ord och bilder än om man endast använder ord.”

Richard E. Mayer

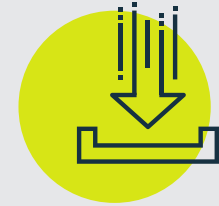
Tänk dig om du skulle äta en biff – det är helt omöjligt att äta den i en enda tugga (eller åtminstone är det rätt otrevligt både att göra och att betrakta), men däremot ganska enkelt om du delar upp den i mindre delar.

2001 tog Richard E. Mayer utgångspunkt i såväl Millers som Swellers material och gav ut boken ‘Multimedia Learning’ där han tittade närmare på auditiv och visuell kommunikation i kombination.

Mayer hade följande teori: vi har två olika kanaler för att ta till oss information – auditiv och visuell. Båda dessa kanaler har begränsad kapacitet.

Genom att använda fler kanaler när vi undervisar utnyttjar vi större potentiell “bandbredd” så att mottagarens hjärna bäst ska kunna ta till sig informationen.

Själva lärandeprocessen blir dessutom aktiv i och med att informationen väljs ut, organiseras och integreras.



Välj ut

Lyfta fram de mest relevanta delarna som ett fokus för inläringen



Organisera

Presentera vald information i rätt format och kontext



Integrera

Hjälpa de lärande att aktivera och tillämpa sina kunskaper

DET PRAKTISKA...

DÄRFÖR ÄR DET VIKTIGT

Så varför är detta viktigt?

Tänk dig att hjärnan är ett arkivsystem. Varje system kan ha sina egenheter (beroende på vem som arkiverar), men vissa principer återfinns i alla system, såsom alfabetisering och numerisk eller datumordning. I en lärandeprocess tar vi in information, bryter ner den i mindre delar och lagrar den enligt vårt personliga regelsystem.

Genom att förstå vilka regler som är gemensamma för alla system kan vi få bättre insikt i hur lärandet går till. Och om vi förstår inlärningsprocessen, kan vi utforma de bästa sätten att lära ut och träna andra.

Varje enskild hjärna är alltså unik och alla lär sig på lite olika sätt. Enligt hjärnforskaren Tracey Tokuhama Espinosas teorier bildas våra nervbanor utifrån personliga upplevelser och genetik. Med andra ord, vi anpassar oss.

Den mänskliga hjärnans anpassningsförmåga är unik och en viss typ av träning passar inte nödvändigtvis alla. När vi skapar ett utbildningsverktyg måste vi därför säkra att det är modulärt och kan utformas som ett antal mindre utbildningssegment.

Segmenten kan sedan arrangeras på det sätt som bäst passar den lärande. Vissa önskar att ta till sig information i små regelbundna 5-minuterspass medan andra har tid och möjlighet att fokusera över tid utan distraktion på ett sätt som bättre motsvaras av en formellt strukturerad lärmiljö.

Det finns inte ett sätt som alltid är rätt, men vi vet att med en flexibel lösning kommer vi att maximera möjligheterna att hitta tid för studier samt att informationen bibehålls bättre och kan omsättas i praktiken.

SLUTSATSER

Så om vi bara har 24 minuter per vecka att tillgå (eller, ännu bättre, lyckas uppmuntra våra säljare att lägga in lite träning under kafferasterna, restiderna eller strötider mellan möten) har vi stora möjligheter att förändra hur säljträningen går till och öka produktiviteten betydligt.

På Mercuri har vi en ständig inblick i hur säljteam över hela världen fungerar (och inte minst i hur säljarnas hjärnor fungerar) och vi har utformat en heltäckande lösning för lärande med särskilt avseende på säljare. Vårt digitala lärcentrum erbjuder en unik och flexibel möjlighet att träna som bygger på principen att inte bara säljarna utan även företagen de arbetar för är unika.



“Vi vet att arbetslivet kommer att förändras – det kommer att handla mer om hur vi lär oss. Kommande generationer kommer att vara i ett ständigt tillstånd av lärande och nå en helt ny nivå av kreativitet.”

Beena Ammanath
Founder, **Humans for AI**

Våra kunder kan antingen välja färdiga lösningar som snabbt är tillgängliga för att höja personalens kunskapsnivå, eller så kan vi samarbeta och utforma snygga och intuitiva specialanpassade produkter som är fullt integrerade med varje steg i företagets verksamhet. Eftersom vår lösning består av moduler kan kunderna välja den produkt och anpassningsnivå som exakt motsvarar utvecklingsbehoven för deras aktuella säljstyrka.

Varför brådskar det?

Forrester, ett ledande marknadsundersökningsföretag specialicerade på att studera effekten av modern teknologi, förutspår att 7% av arbetstillfällena i USA kommer att vara ersatta av ny och banbrytande teknik såsom AI, maskininlärning, robotteknik och automatisering till 2025.

För att personalen ska behålla sin konkurrenskraft måste de utveckla nya egenskaper – egenskaper som gör att den nya teknologin kompletterar och inte ersätter dem. De företag som

kommer att lyckas bäst är de som tar till vara denna möjlighet till utveckling. Eller hittar ett snabbare sätt att borsta tänderna.



Referenser / Bibliografi

‘The Disruption of Digital Learning: Ten Things We Have Learned’

Josh Bersin, Bersin by Deloitte, March 2017

‘The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information’

Miller, G.A., Psychological Review, 1956

‘Cognitive load during problem solving: Effects on learning’

Sweller, J, Cognitive Science, June 1988

‘Multimedia Learning’

Richard E. Mayer, publ. Cambridge University Press, 2009

‘Mind, Brain, and Education Science: A Comprehensive Guide to the New Brain-Based Teaching’

T. Tokuhamma-Espinosa, publ. WW Norton & Co, 2011

‘Interview with Beena Ammanath’

AQ Winter Edition, Alumni Global, ed. Charles Adams, 2017

‘The Future of White Collar Work: Sharing your cubicle with robots’

Forrester Research, 2016



Mercuri International gör det varje år möjligt för företag i över 50 länder att bli mer effektiva när det kommer till försäljning och ledarskap. Vi arbetar globalt såväl som lokalt och erbjuder förutom branschexpertis både kundanpassade utbildningslösningar och öppna utbildningar. Vi låter resultat växa genom människor och ger er de verktyg och processer som krävs för att ni ska kunna hantera era utmaningar.

mercuri.se

