



10 COMMERCIEËLE TOEPASSINGEN VAN E-LEARNING

INSPIRATIE VOOR TRAINERS EN CONSULTANTS

GRATIS WHITEPAPER BY KNOWDIS

10 manieren om e-learning commercieel in te zetten

E-learning, of breder: digitaal kennis aanbieden, zet je in op diverse manieren en voor verschillende doeleinden: het verhogen van omzet, het verlagen van kosten, het verbeteren van kwaliteit en het vergroten van (trainings-)capaciteit. Vanaf pagina 2 beschrijven we 10 concrete toepassingen en welke resultaten die kunnen opleveren. Ter inspiratie!

Eerst nog even de algemene voordelen van e-learning:

Elke leervraag is anders en invulling moet je goed bekijken, maar e-learning biedt meerwaarde voor alle partijen:

Voordelen voor de cursist:

- Mensen leren gemiddeld twee keer sneller via e-learning. Dat komt onder meer omdat iemand meestal sneller leest dan een trainer kan praten en omdat een klassikale training vaak het tempo van de langzaamste cursist volgt. Dat geldt zeker als er iets voorbereid had moeten worden door de cursisten, maar een aantal dat niet gedaan heeft (wat veel voorkomt).
- Cursisten kunnen makkelijk even terugkijken in de stof en delen opnieuw doen.

Voordelen voor het bureau:

- Na de eerste ontwikkeling van een e-learning cursus (*die bij Knowdis trouwens gratis kan zijn*), zijn de uitvoeringskosten slechts een fractie van die van klassikale trainingen.
- Drastische besparing trainingsuren c.q. grotere capaciteit trainers. Als de helft van een training theorie is die in e-learning kan worden aangeboden, verdubbel je de trainerscapaciteit voor klassikale trainingen.
- Voortgang is makkelijk te monitoren en kennis van de stof kan goed getest worden. De cursist kan worden uitgedaagd vaker de stof te bekijken totdat hij/zij deze goed begrepen heeft. Vooral met blended trainingen verhoogt dat de kwaliteit van een training aanzienlijk.

Voordelen voor de opdrachtgever:

- Minder verlies productietijd van medewerkers.
- Minder of geen reis- en verblijfskosten.
- Kennis blijft beschikbaar (eventueel makkelijk opfrissen).
- Kan, maar hoeft niet: lagere prijs (zie ook het onderdeel **Pricing**).

Natuurlijk zijn er ook nadelen, zoals minder direct persoonlijk contact. Maak je afweging steeds op basis van de materie, de doelgroep en het doel van een training. Wij helpen je om de optimale oplossing te vinden; de beste vorm, goede pricing en hoe je je doelen kunt bereiken.

Knowdis ondersteunt ook jouw verkoop! Zie de gratis extra diensten onderaan dit document.

Heb je vragen of wil je vrijblijvend advies? Bel ons!

010 84 21 340

Nou, klaar voor de 10 manieren? Daar komen ze!



KNOWDIS BV
Postadres
Uitweg 62
3051 JR Rotterdam

Bezoekadres
Oostplein 224 A-B
3063 CE Rotterdam

www knowdis.nl
Tel +31 (10) 84 21 340
KvK 58028501

10 manieren om e-learning commercieel in te zetten

Overzicht resultaten van alle 10 manieren

Hierna bespreken we elke manier apart, inclusief de pricing.

Soort inzet	Omzet verhogen	Kosten verlagen	Kwaliteit versterken	Capaciteit vergroten
1. Extra dienst				
2. Blended trainen				
3. Naslagwerk				
4. Abonnement				
5. In plaats van boek				
6. Lead generator				
7. Instructies borgen				
8. On-boarding				
9. Ondersteuning reorganisatie				
10. Software handleiding				

1. E-learning als extra/aanvullende dienst of product

- Op zichzelf staande volledige cursus, zonder klassikale opvolging.
- Inhoudelijk geschikt voor trainingen die 100% uit theorie bestaan, zoals kennisoverdracht, awareness creëren, protocollen en instructies.

Doelgroepen die je anders niet zou bereiken, bijvoorbeeld door de afstand of omdat persoonlijk trainen te kostbaar zou worden. Geschikt als de markt groot is en jouw capaciteit beperkt. Denk aan:

- bedrijven waar iedereen klassikaal trainen te duur is, bijvoorbeeld een training voor managers en een e-learning voor de medewerkers, zodat die ook iets meekrijgen van een verandering of nieuw protocol.
herhalingscursussen - opfrissen van eerder geleerde kennis.
- een grote doelgroep die je klassikaal niet zou kunnen bedienen – bijvoorbeeld particulieren.
- bestaande trainingen, voor buiten de regio die jij kunt bereiken.
- een heel nieuwe doelgroep! Soms kan je met een deel van jouw content, op een andere manier verwoord of tot een bepaalde diepte uitgewerkt, een heel ander publiek bereiken.

Pricing

In principe kan de prijs van een volledige e-learning cursus gelijk blijven aan die van een klassikale training. Je biedt tenslotte dezelfde inhoud. Daarnaast kijk je naar de situatie; gaat het om een aanvullende training in grote aantallen per opdrachtgever, dan zet je de prijs lager.

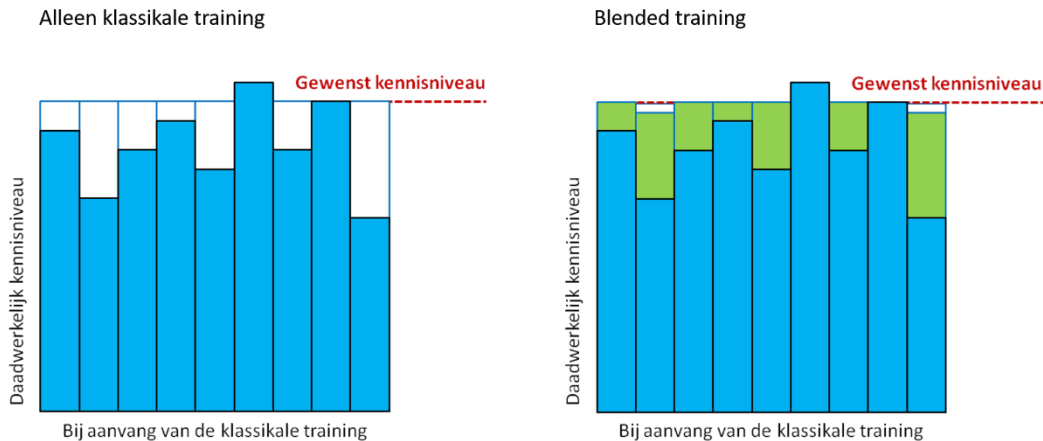
Mogelijke resultaten

Extra omzet naast bestaande trainingen, indirect versterken van je kwaliteitsimago en/of genereren van leads.

10 manieren om e-learning commercieel in te zetten

2. Blended trainen

Bijna alle trainingen en opleidingen bestaan voor een deel uit theorie, die je prima via e-learning kunt aanbieden. Daarmee bespaar je trainingstijd en dus kosten, en je zorgt ervoor dat deelnemers het klassikale deel met een gelijk startniveau beginnen en de tijd in de klas optimaal besteden. (zie afbeelding)



Soms kun je zelfs de hele content in e-learning aanbieden en op de bijeenkomsten dieper ingaan op de bedrijfs- of persoonlijke context.

Voor je opdrachtgever kan het betekenen dat mensen minder lang weg zijn; een directe besparing. En de deelnemer heeft een beter naslagwerk dan een PowerPoint uitdraai met aantekeningen.

Ook trainingen waar vaardigheden aangeleerd moeten worden kunnen effectiever worden gemaakt door voorafgaand met filmpjes, afbeeldingen en tekst al uit te leggen hoe iets gedaan moet worden.

- Eigenlijk betreft dit het overgrote deel van bestaande klassikale trainingen.
- De klassikale trainingstijd kan vaak worden gehalveerd. Dit bespaart trainerskosten en/of zorgt ervoor dat er twee keer zoveel trainingen kunnen worden gegeven.
- Trainingen van minimaal een dag, maar zeker voor trainingen van meerdere dagen (eventueel meerdere e-learning modules, steeds gekoppeld aan een trainingsmoment).

Pricing

In principe blijft de prijs van de totale training gewoon gehandhaafd. Je biedt dezelfde training met dezelfde inhoud, met verder alleen tijdwinst voor de cursist en de opdrachtgever. In een aantal situaties kan je een price-up rekenen, omdat meer de diepte in wordt gegaan of als de e-learning als ook naslagwerk wordt aangeboden.

Mogelijke resultaten

Besparing van trainerskosten / vergroten van trainerscapaciteit, versterken van de kwaliteit.

10 manieren om e-learning commercieel in te zetten

Twee voorbeelden van blended trainen:

Onze partner Height Safety Expert is de training Werken op Hoogte gaan aanbieden als combinatie van e-learning en een halve dag trainen op locatie, in plaats van voorheen een hele dag trainen op locatie. Dat levert een besparing op van 50% van de trainingskosten en het verdubbelt uiteraard de trainingscapaciteit.

Een ander voorbeeld is de partner die merkte dat zijn klanten steeds meer 'eigen content' toegevoegd wilden hebben, maar binnen dezelfde tijd. Nu wordt een deel van de theorie voorafgaand aan de klassikale trainingen in e-learning aangeboden en is er tijd over voor bedrijfscontext.

3. Naslagwerk

Altijd makkelijk kunnen opzoeken hoe het ook alweer zat. De cursus blijft beschikbaar voor de cursisten en kan jaarlijks worden verlengd, eventueel met extra opfrustrainingen of een jaarlijkse toets.

Eigenlijk is het langer toegang bieden tot een cursus altijd een (extra) optie. Een helemaal digitale cursus kan hier beter voor geschikt zijn dan een blended training. Bekijk wat commercieel haalbaar is, afhankelijk van de materie en eventueel benodigde updates.

Pricing

Een naslagwerk kan op verschillende manieren geprijsd worden. Alleen een naslagwerk is anders dan wanneer een cursus die na afronden ook nog als naslagwerk beschikbaar blijft. In het laatste geval zal de prijs van de naslagfunctionaliteit een afgeleide zijn van de cursusprijs. Een cursus met veel naslagwaarde, regelmatige updates en eventueel jaarlijks een nieuw certificaat kan gewoon de volle cursusprijs houden, maar dan als 'prijs per jaar'.

Mogelijke resultaten

Terugkerende omzet met bestaande producten, meer contactmogelijkheden met deelnemers en opdrachtgevers.

4. Abonnement

Een variant van het naslagwerk is het abonnement. Deelnemers een heel jaar toegang laten houden kan altijd, maar door regelmatig updates of opfris-cases te sturen, bied je nog meer. Denk daarnaast aan een nieuwe toets elk jaar met een nieuw certificaat en weer een jaar toegang. Ook dat voegt waarde toe

Een abonnement is heel geschikt voor onderwerpen waarbinnen vaak wijzigingen voorkomen, of die vaker even nagezocht moeten kunnen worden, zoals instructies of handleidingen.

10 manieren om e-learning commercieel in te zetten

Pricing

De prijs van content die langer toegankelijk is kan gewoon de cursusprijs zijn, maar dan per jaar, of je kunt een top-up op de cursusprijs zetten. Als je regelmatig updates of aanvullende content verzorgt, kan de prijs hoger zijn dan wanneer alleen de bestaande content beschikbaar blijft (dan hebben we het weer meer over een naslagwerk).

Mogelijke resultaten

Terugkerende (en extra) omzet met bestaande producten, versterken kwaliteitsimago en meer contact met deelnemers en opdrachtgevers.

5. In plaats van een (les)boek

Een boek laten maken is kostbaar en even een wijziging doorvoeren is nagenoeg onmogelijk. Soms heb je zelfs geen zicht op de afnemers, als de verkoop plaatsvindt via een uitgever. Door je boek online aan te bieden bespaar je op de maak (uitgevers) kosten, heb je volledig zicht op de afnemers en kun je extra marketingtools inzetten.

Bovendien kan je je boek in varianten aanbieden; verschillende versies, meertalig en opgedeeld in modules die je los kunt verkopen (met mogelijkheden voor cross-selling). Al dan niet met een toets, onder je eigen merk, white-label of als een maatversie in de huisstijl van je klant.

Een extra voordeel in Knowdis is dat je niet gebonden bent aan een vaste paginagrootte; die past zich aan aan jouw content, niet andersom.

Pricing

In principe zou de e-learning dezelfde prijs kunnen hebben als het boek. Aan de ene kant krijg je als afnemer niet iets tastbaars in handen, aan de andere kant kun je altijd en overal even terugkijken en kan de online versie altijd up-to-date zijn.

Als je toetsen toevoegt en (als het een lesboek betreft) zelfs een docentenversie met antwoorden, heb je meerdere varianten met een extra waarde. Als je ook nog verschillende hoofdstukken van je boek als losse modules kunt aanbieden boor je misschien wel een heel nieuwe markt aan.

Mogelijke resultaten

Extra omzet door verkoop in modules en cross-selling, lagere kosten, betere kwaliteit wanneer er vaker wijzigingen plaatsvinden.

10 manieren om e-learning commercieel in te zetten

6. Lead generator

Bied een deel van je kennis aan als e-learning om prospects te op het spoor te komen, zet jezelf neer als expert en verhoog je gunfactor. Basiszaken, best practices of hulp bij een eerste keuzestap; stuk voor stuk waardevol en elk ervan kan tot een vervolgvraag leiden.

Pricing

Een leadgeneratieproduct moet laagdrempelig zijn. Je wilt binnenkomen. De prijs zal daarom relatief laag zijn of je kunt het product zelfs gratis aanbieden. Wat een 'lage' prijs dan is, hangt af van de hoeveelheid en waarde die je biedt.

Mogelijke resultaten

Extra omzet hoeft niet maar kan wel, indirect zeker extra omzet door leadgeneratie en het versterkt je imago als expert.

7. Instructies borgen

Veiligheidsinstructies kun je borgen door mensen te trainen en/of door richtlijnen op papier te geven. Trainen is kostbaar, en hoe toon je aan dat met alleen richtlijnen op schrift de medewerker deze ook echt leest en begrijpt? Met e-learning inclusief toetsing leg je vast wat deelnemers bekeken hebben wat hun scores zijn. Je kunt ze eenvoudig laten herkennen en de stof periodiek herhalen.

Pricing

In basis kan weer eenzelfde prijs aangehouden worden als een klassikale training. Maar als de huidige oplossing bestaat uit instructies op papier of training door een interne medewerker, dan zullen de kosten daarvan lager liggen. Kijk dan ook of instructies per groep of 1-op-1 worden gegeven en wat de waarde is van de tijd die de medewerker overhoudt.

Mogelijke resultaten

Lagere kosten dan (extern) trainen, hogere kosten dan papier. Veel betere borging dan papier en eventueel ook geschikt als naslagwerk.

Twee voorbeelden van instructies borgen:

Een voedselverwerkend bedrijf gaf haar medewerkers veiligheidsinstructies in een boekje. Na een incident oordeelde de rechter dat het bedrijf niet kon aantonen dat medewerkers de instructie gelezen en begrepen hadden. Met de e-learning is dat nu wel gedekt.

Klant TMG: 2200 medewerkers moesten snel op de hoogte gebracht worden van nieuwe protocollen. Binnen vier weken was iedereen aantoonbaar getraind voor € 5,- per persoon.

10 manieren om e-learning commercieel in te zetten

8. Onboarding / Inwerken nieuwe medewerkers

Nieuwe medewerkers moeten heel veel informatie opnemen in de eerste dagen, weken en soms maanden na hun aantreden; algemene bedrijfsregels, veiligheidsvoorschriften, wat andere collega's en afdelingen doen, werkinstructies, personeelsinformatie, enzovoorts.

In plaats van een collega of leidinggevende hiermee te belasten (of erger, iemand te laten zwemmen), kan je een deel van die informatie overzichtelijk en in fases aanbieden via e-learning. Zo is de nieuwe werknemer veel sneller productief, bespaar je op tijd van collega's en verklein je de kans op bedrijfsschade door fouten uit onwetendheid.

Informatie kan rustig nog eens teruggezocht worden en cruciale onderdelen kunnen worden getoetst.

Pricing

De prijs van digitale inwerkprogramma's op maat hangt af van de hoeveelheid inhoud en mogelijk de waarde van medewerkers c.q. het risico op eventuele bedrijfsschade. Er zijn meerdere tools in de markt voor digitale onboarding; die kun je vergelijken.

Mogelijke resultaten

Dit is een toepassing die meer door klanten intern en minder door bureaus wordt ingevuld. Wanneer je bepaalde trainingen geeft die overlappen met inwerken, zoals (voedsel)veiligheid, kun je eventueel een combinatie maken. Dan kunnen dezelfde voordelen van toepassing zijn als bij e-learning als extra dienst, als blended trainen en/of als naslagwerk.

9. Ondersteuning reorganisatie

Met e-learning kan aan medewerkers worden uitgelegd wat er gaande is in de organisatie en waarom veranderingen nodig zijn. Denk aan; theorie over nadelen van de bestaande cultuur, context van de markt en concurrenten, waar we naartoe willen en wat dat betekent voor betrokkenen.

Alle medewerkers persoonlijk of in groepen begeleiden kan te duur zijn. Met informatie en uitleg creëer je draagvlak en vergroot je de kans op succes van een reorganisatie.

Pricing

Het gaat hier om een extra ondersteuning van een verandering, die meestal voor grotere aantallen mensen van toepassing is. Dan moet de prijs er een zijn waar de klant niet van schrikt. Tegelijk zal de content maatwerk moeten zijn. Dan moet je goed rekenen wat de investering van het op maat maken is versus de prijs en aantallen cursisten.

Mogelijke resultaten

Extra omzet (naast consultancy of het trainen van management), kwaliteit versterken.

10 manieren om e-learning commercieel in te zetten

10. Software handleiding

Consultants die gebruikers moeten trainen en een backoffice dat veel tijd kwijt is aan steeds dezelfde gebruikersvragen; een lijst met antwoorden op veelgestelde vragen helpt, maar een online naslagwerk met uitleg, inclusief afbeeldingen en bijvoorbeeld screen-recordings bespaart tijd en zorgt voor tevreden gebruikers.

Traditionele e-learning kan voor deze toepassing kostbaar zijn als de software vaak verandert. Met e-learning is dat makkelijker. *(En met e-learning van Knowdis is dat helemaal geen issue).*

Pricing

Hangt af van de waarde en het belang van de software, eventueel voorkomen van bedrijfsschade bij verkeerd of geen gebruik van de software en besparingen op tijd van consultants of een helpdesk.

Mogelijke resultaten

Extra omzet kan, kosten verlagen zeker. Tevredenheid over jouw software, als gebruikers makkelijk iets kunnen opzoeken, versterkt ook je kwaliteit.

Op de laatste pagina vind je nog wat tips over pricing van e-learning in het algemeen.

10 manieren om e-learning commercieel in te zetten

Over pricing algemeen

Wat voor prijs hang je aan je e-learning?

In het algemeen geldt dat na de eerste ontwikkeling van een e-learning cursus, de uitvoeringskosten slechts een fractie zijn van die van klassikale trainingen. Je hebt dus alle vrijheid om met de prijs te spelen, zolang je je variabele kosten maar dekt (en je ontwikkeling terugverdient).

Er zijn voorbeelden in de markt waarbij de totale prijs van een (blended) training flink gezakt is, bijvoorbeeld bij BHV-trainingen. Maar dat risico lopen vooral trainingen die vrij algemeen zijn en waarvan de kennis algemeen beschikbaar is.

In de basis heeft een training die (deels) in e-learning wordt aangeboden minimaal dezelfde waarde als een volledig klassikale training en soms biedt die zelfs meer waarde. Je opdrachtgevers besparen productietijd en mogelijk reis- en verblijfskosten van hun medewerkers. Hoe onderscheidender jouw training is, hoe makkelijker je jouw eigen prijs kunt bepalen.

Mensen leren gemiddeld twee keer zo snel via e-learning als klassikaal.

Dat betekent dat een klassikale training van 1 dagdeel (3 uur) ongeveer overeenkomt met een e-learning cursus van 1,5 uur. Het lijkt misschien dus alsof je minder inhoud biedt, maar dat is niet zo. Een e-learning cursus van 1,5 uur mag dus dezelfde prijs hebben als een klassikale training van 3 uur.

Wat geldt in jouw situatie, jouw training, jouw doelgroep; wat voor prijs kun je vragen?

Wij denken met je mee en adviseren je graag, vanuit jarenlange commerciële en inhoudelijke ervaring.

Partnership Knowdis – gratis diensten

In het partnership met aanbieders van trainingen neemt Knowdis het risico en de kosten van de ontwikkeling vaak al geheel over, meer daarover is te lezen op knowdis.nl.

Ter ondersteuning van de verkoop door de partners biedt Knowdis nog een aantal (gratis) diensten:

- Advies over opzet en uitwerking van cursussen.
- Ondersteuning met op maat maken voor opdrachtgevers, inclusief een eigen huisstijl.
- Eigen webshop inclusief betalingsfunctionaliteiten achter een simpele link vanaf jouw website.
- Mailingfaciliteiten, zodat je je prospects kunt mailen zonder gevaar voor spam-meldingen.

Extra omzet creëren, kosten besparen, versterken kwaliteit en vergroten van capaciteit.

Interesse in een vrijblijvend adviesgesprek over de mogelijkheden voor jouw bedrijf?

Bel even: 010 - 8421 340



KNOWDIS BV
Postadres
Uitweg 62
3051 JR Rotterdam

Bezoekadres
Oostplein 224 A-B
3063 CE Rotterdam

www.knowdis.nl
Tel +31 (10) 84 21 340
KvK 58028501