



KPI Indicadores Clave de Rendimiento para eLearning

1. MÉTRICAS DE VOLUMEN



Número de usuarios

¿Cuántos usuarios hay registrados en su portal? ¿Y cuántos de ellos están activos o inactivos en promedio y en un período determinado? Las altas tasas de inactividad pueden indicar una falta de interés por parte de sus alumnos, que debe abordar proporcionándoles la motivación adecuada y aumentando sus niveles de participación en la capacitación (por ejemplo, empleando estrategias de gamificación).

Tiempo de entrenamiento

¿Cuánto tiempo se dedicó a la formación? ¿Cuál es el tiempo medio de formación por alumno? ¿Cómo se desglosa por curso? Estos KPI (combinados con métricas de finalización) le dirán qué cursos encontraron sus usuarios más atractivos y fáciles de completar, o por el contrario, qué cursos requieren mucho tiempo y son difíciles de seguir y podrían beneficiarse de una renovación de su contenido.

2. COMPORTAMIENTO DEL USUARIO



Tasa de registro

¿Cuántos usuarios se han registrado en un período de tiempo? ¿Cómo se comparan estos datos con un período de tiempo anterior? ¿Cuál es la tendencia general? El seguimiento de las inscripciones es especialmente importante si vendes cursos en línea. Dichos KPI pueden indicarte qué tan efectiva fue tu última promoción o campaña publicitaria,

señalar algún competidor emergente, o resalte el tipo de cursos en los que necesita enfocarse.

Tasa de inicio de sesión

¿Cuántos usuarios han iniciado sesión este mes? ¿Cómo se compara con el mes o el año pasado? La frecuencia de los inicios de sesión en un período de tiempo específico te ayudará a evaluar la asistencia y retención. Ej: si un usuario no ha iniciado sesión después de un período de tiempo, es posible que debas comunicarte con él o tal vez necesites mejorar la experiencia de incorporación o el material.



3. DESEMPEÑO DE LOS ESTUDIANTES

Estado del curso de los usuarios

¿Tus usuarios están estudiando o holgazaneando? ¿Y qué tan duro? ¿En cuántos de los cursos disponibles se ha inscrito el usuario? ¿Cuántos de los cursos asignados ha comenzado y completado el usuario? Esto puede ayudarte a encontrar a tus usuarios más comprometidos (y mejores clientes, si estás interesado en el aprendizaje electrónico comercial), así como algunos a los que podrían necesitar comunicación.

Tasa de finalización del curso

La tasa de finalización del curso te informa cuántos alumnos se han inscrito en un curso específico y cuántos de ellos han progresado, completado o reprobado. Puedes analizar esos KPI y medir métricas adicionales como el tiempo promedio de finalización, así como la tasa de finalización

por unidad de tiempo. Estos KPI te mostrarán tus cursos más populares (y los menos), cuáles son muy difíciles o requieren mucho tiempo para completar, y qué tan avanzados van tus alumnos en su capacitación general.

Tasa de aprobación del examen

Los resultados son una métrica básica en el aprendizaje tradicional, pero siguen siendo extremadamente valiosos en eLearning para evaluar el rendimiento. Los KPI más relevantes con respecto a las Pruebas son:

TASA DE APROBACIÓN / FRACASO

¿Cómo es el desempeño con pruebas nuevas? ¿Cuántos pasan? ¿Es demasiado difícil o demasiado fácil?

Una alta tasa de fracaso puede ser un indicador de un curso problemático que necesita rediseñarse. Al contrario, una alta tasa de aprobación puede indicar que las pruebas (o el curso) no desafían lo suficiente y podrían estar por debajo del nivel.

PUNTUACIÓN PROMEDIO DE LA PRUEBA

¿Los puntaje logrados son compatibles con las habilidades o los niveles en los que desea que estén? El hecho de que los usuarios apenas pasen una prueba sigue implicando riesgos para la organización y podría indicar que el material de formación no se comprende bien.

NÚMERO DE EJECUCIONES

¿Cuántas veces debe realizar una prueba el usuario promedio para tener éxito? ¿Repiten el curso antes de volver a tomar la prueba? Al igual que los otros KPI relacionados con las pruebas que hemos mencionado, esto puede ayudarte a poner un número en la dificultad de tus pruebas o las habilidades reales de sus alumnos en comparación con lo que exige la prueba).



Métricas de gamificación

¿Cuántos puntos, insignias o niveles adquieren los alumnos? ¿Cómo afecta esto su comportamiento y rendimiento

de aprendizaje? Analizar las métricas de gamificación y compararlas (para los mismos usuarios) con las métricas de rendimiento del alumno te dará una idea de la efectividad de tu estrategia de gamificación y te permitirá ajustarla para lograr el máximo compromiso.



Métricas de certificación

En un espacio comercial, las métricas (certificados otorgados, re-certificaciones, etc.) y las proyecciones de vencimiento de la certificación, te ayudarán a optimizar la actividad comercial e incentivarán a los usuarios a repetir un curso y extender sus certificaciones. En corporativo, las certificaciones y sus KPI variados son una forma conveniente de seguir su cumplimiento y capacitación obligatoria como una unidad de nivel superior (en lugar de realizar un seguimiento individual para cada certificado).

Tasa de aumento de competencia

Tu LMS te brindará un desglose de las habilidades recién adquiridas en función de las finalizaciones de cursos y resultados de las pruebas. También deberá combinar sus métricas de productividad habituales y los indicadores de rendimiento empresarial con sus KPI de eLearning para obtener los KPI de tasa de aumento de competencias del mundo real. Busca correlaciones entre la finalización del curso / la adquisición de habilidades y la productividad (ej: la finalización de un curso de técnicas de ventas en comparación con el volumen de ventas de esos empleados).

4. MÉTRICAS DE COMPROMISO

Tasa de satisfacción del usuario

No tengas miedo de pedir a los usuarios comentarios sobre todos los aspectos de su programa de formación, incluido el diseño del curso, el contenido



y el rendimiento del instructor. Dicho esto, no es necesario utilizar medidas demasiado complejas para esto, una simple escala de "satisfacción" del 1 al 5 funcionará bien.

☆☆☆ Calificación del curso

Muchas plataformas comerciales permiten calificar un curso, y tener una puntuación media para los usuarios potenciales que quieran tener una visión general antes de registrarse o realizar una compra. Junto con los KPI de tasa de satisfacción más genéricos, son una excelente manera de comprender cómo perciben sus cursos.



Resultados de la encuesta

Puedes aprovechar las encuestas para ir más allá de las mediciones escalares y pedir a los usuarios su opinión cualitativa sobre tu programa de capacitación. Busca patrones (como quejas comunes) en sus respuestas te ayudará a identificar posibles problemas críticos.



5. MÉTRICAS DE AHORRO DE COSTOS

Métrica de horas de viaje cotidiano

Al comparar las horas que sus alumnos habrían tenido que viajar a algún salón de clases (y las horas que habrían estado ahí), con el horario flexible a su propio ritmo de aprendizaje en línea, puedes obtener una estimación de cuántas las horas de viaje se ahorran en promedio.

Métrica de ahorro de formación

Para tener una idea rápida sobre los ahorros del eLearning, puedes sumar los costos de su capacitación en línea tales como:

- Precio de suscripción por usuario
- Tarifa de licencias de contenido
- Salario del instructor
- Costo del diseño instruccional e implementación

Luego, compáralos con los costos de formación tradicional en el aula, como:

- Salario del instructor
- Gastos de transporte
- Materiales de entrenamiento
- Renta del aula o costo de oportunidad

Teniendo en cuenta igual factores como:

- Duración media de una sesión (en días)
- Número medio de alumnos por sesión



ROI (Retorno de la Inversión)

Esta es probablemente la mejor métrica para interpretar monetariamente el éxito de tu LMS. Lo que necesitas tener en cuenta:

- Métricas de ahorro de entrenamiento
- Horas de viaje ahorradas
- Gastos de por vida de su solución LMS (TCO)
- Aumento general de la productividad y los ingresos
- Otros factores específicos de su modelo de negocio y formación.

Viértelos en una hoja de cálculo y ajústalos a tu gusto y de acuerdo con tus objetivos comerciales y de la industria.