



Guida all'uso della realtà virtuale per la formazione aziendale

Come migliorare l'apprendimento e il coinvolgimento dei dipendenti

Indice

01

Introduzione

02

Perchè usare la VR
nella formazione



03

Come integrare la VR
in azienda



04

Conclusioni

DIGITALMOSAİK

Digital Mosaik è uno studio specializzato nell'ideazione, progettazione, realizzazione e diffusione di esperienze di realtà virtuale.

Si occupa di studiare come la realtà virtuale può portare valore all'essere umano e trasformare il modo in cui lavoriamo, impariamo e comunichiamo.

Il tutto avvalendosi di un team di esperti: consulenti, ingegneri, sviluppatori, 3D artist, project managers.

01

Introduzione

Impostare una strategia per migliorare le competenze dei propri collaboratori non è cosa semplice: ogni azienda è unica e non esiste una soluzione formativa che possa adattarsi a tutti. È necessario creare un programma di apprendimento e sviluppo che affronti sfide specifiche per settore, calibrate sulle necessità dei dipendenti.

La progressiva digitalizzazione, accentuata anche dall'emergenza sanitaria, ha imposto importanti cambiamenti nel modo di fare formazione. L'aula si dematerializza in favore di nuove tecnologie che permettono un accesso più agile all'apprendimento, come la realtà virtuale.

I profondi mutamenti della società hanno generato, quindi, processi di profondo cambiamento anche nel campo della formazione.

Come fare per rimanere al passo e per garantire ai propri collaboratori percorsi utili ed efficaci? Abbiamo scritto questa guida per esplorare tutti i cambiamenti nel settore della formazione aziendale, tracciando la rotta verso un percorso metodologico di successo, supportato dalle più moderne tecnologie.

In questo ebook vedremo quali sono i vantaggi che le aziende possono ottenere utilizzando la realtà virtuale, andando ad analizzare alcuni casi concreti, i risultati che hanno raggiunto e infine il processo utile per integrare correttamente questo strumento all'interno delle proprie strategie formative.

L'importanza del coinvolgimento nella formazione aziendale

Una delle principali sfide che le aziende si trovano ad affrontare nell'ambito formazione e sviluppo consiste nell'offrire programmi di training coinvolgenti ed efficaci, studiati sulle reali esigenze e lacune del personale.

Il coinvolgimento (o engagement) è l'elemento che guida la motivazione degli utenti (siano essi dipendenti, partner o clienti) e, di conseguenza, il successo dell'intera strategia formativa di un'azienda.

Maggiore è l'engagement, migliori saranno le performance.

Gallup, che si occupa di ricerca socio-demografica a livello internazionale, ha realizzato uno studio che aiuta a comprendere meglio l'importanza del coinvolgimento delle risorse umane in un mondo in cui i team sono sempre più specializzati, remoti e flessibili.

I risultati dimostrano che esiste una correlazione positiva tra engagement dei lavoratori e performance, in indicatori chiave quali valutazione dei clienti, redditività, produttività, turnover, incidenti sul lavoro, assenteismo, qualità.



In particolare, dalla ricerca è emerso che le organizzazioni con lavoratori più coinvolti hanno il doppio della probabilità di successo rispetto a quelli con un peggior engagement.

Fonte:

[Gallup's Perspective on Building a High-Development Culture Through Your Employee Engagement Strategy.](#)

Come coinvolgere

- 1 Analizza le esigenze e le abilità dei dipendenti e identifica le lacune.
- 2 Stabilisci obiettivi di apprendimento chiari.
- 3 Spiega perché hanno bisogno di partecipare alla formazione e in che modo li aiuterà nelle loro attività quotidiane.
- 4 Premia la loro partecipazione alla formazione.
- 5 Sfrutta la gamification e crea storie interattive che rendano la persona protagonista attiva della formazione. Pensa ad un'esperienza di apprendimento, non ad un corso.
- 6 Usa forum e social media per creare canali di comunicazione in modo che le persone possano esprimere e condividere i loro pensieri e opinioni.
- 7 Aggiungi domande stimolanti e punteggi per motivare.
- 8 Consenti di commettere errori e fallire, ma offri l'opportunità di riprendere il corso.

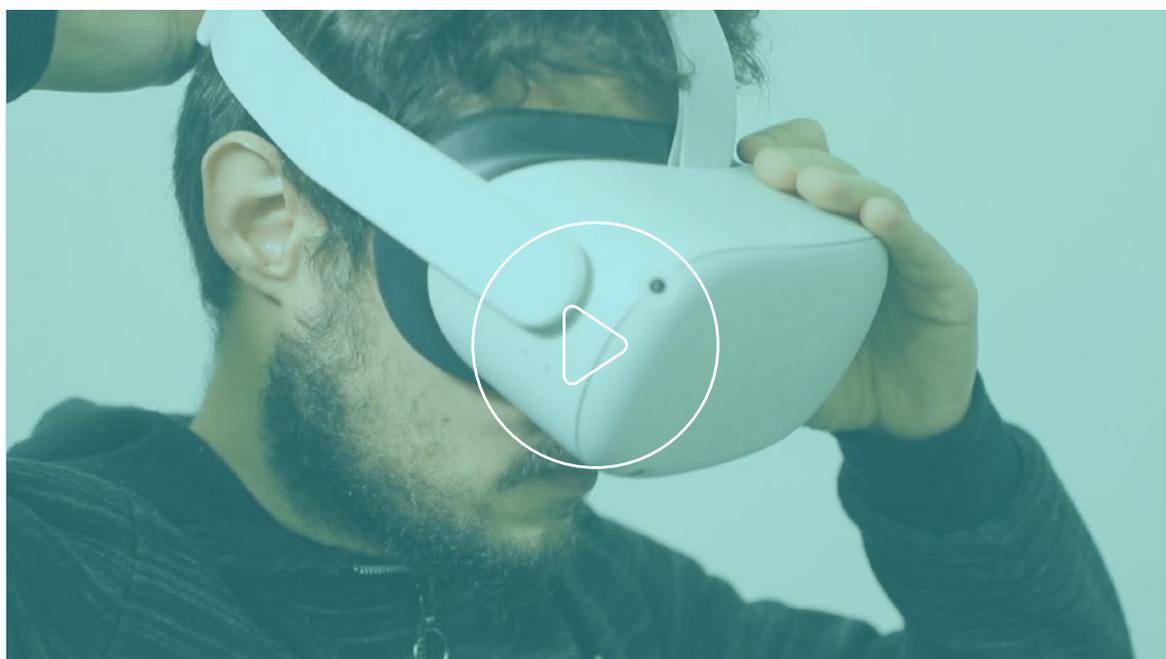
Coinvolgere e migliorare l'apprendimento con la realtà virtuale

Tra gli strumenti più interessanti per favorire il coinvolgimento c'è sicuramente la realtà virtuale: una tecnologia che, grazie all'uso di un visore, immerge la persona in un ambiente virtuale nel quale può interagire grazie all'uso delle mani.

Questo crea la percezione di vivere un'esperienza quasi reale e consente di acquisire messaggi, procedure e informazioni in modo profondo, senza distrazioni.

Grazie all'uso di dinamiche di gioco (gamification) che inducono comportamenti attivi e specifici da parte dell'utente, e al **learning by doing** (l'apprendimento "esperienziale"), la VR è uno dei metodi di formazione più performante.

Se vuoi conoscere di più sulla realtà virtuale, ne parliamo in questo video.



02

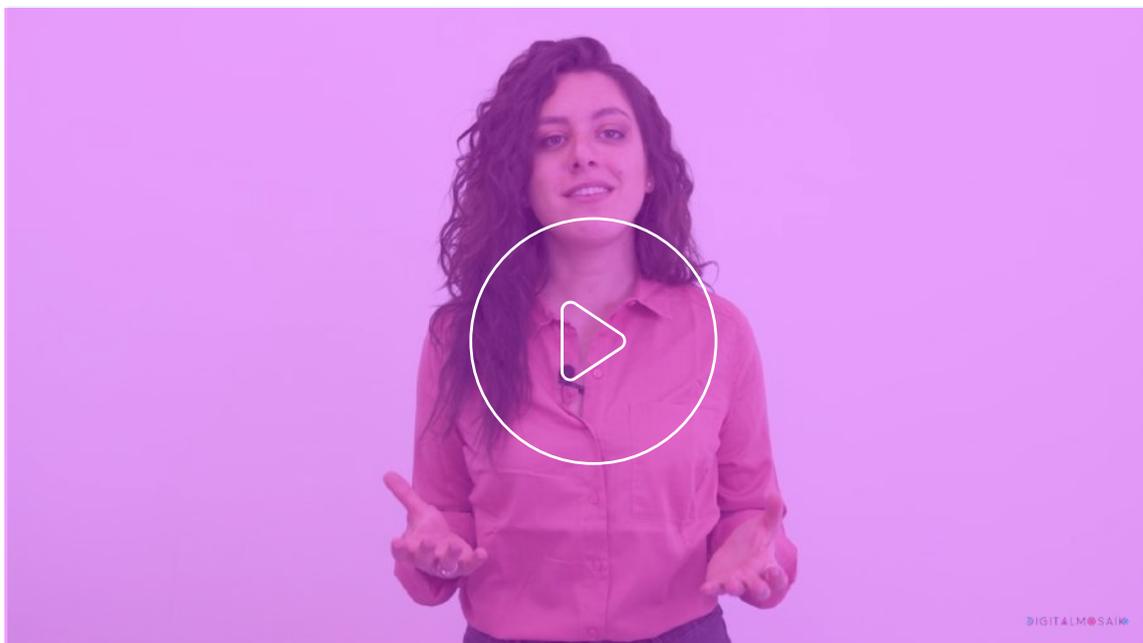
**Perchè usare
la realtà virtuale
nella formazione aziendale**

Perchè usare la realtà virtuale nella formazione aziendale

Come abbiamo visto, un programma di formazione aziendale è fondamentale per il successo, l'efficienza e la competitività di un'azienda: insegna ai dipendenti cosa aspettarsi in un ambiente di lavoro e, soprattutto, come rispondere a qualsiasi problema specifico.

La realtà virtuale può aiutare a coinvolgere il personale e formarlo in modo corretto, ricreando un'esperienza quasi reale, del tutto sicura, coinvolgente e replicabile all'infinito.

Ne parliamo in questo video, nel quale presentiamo alcuni casi di successo.



Perchè usare la realtà virtuale nella formazione aziendale



Formazione su larga scala



Maggiore coinvolgimento dei dipendenti



Ripetizione infinita dell'esperienza formativa



Rischio zero (possibilità di creare situazioni di rischio estremo in sicurezza)



Apprendimento maggiore grazie al learning by doing



Corretto trasferimento delle informazioni

Lo studio: gli effetti dell'uso della VR nel training aziendale

Tra febbraio e ottobre 2019, PwC e Oculus Business hanno condotto uno studio con l'obiettivo di valutare i risultati di un modulo di formazione svolto completamente in realtà virtuale.

I dipendenti, selezionati tra un gruppo di manager in 12 sedi negli Stati Uniti, hanno seguito lo stesso modulo formativo in tre diverse modalità di apprendimento: **in aula, tramite e-learning o in realtà virtuale**. Agli studenti è stato permesso di seguire il corso in una sola delle tre modalità.

Il team di PwC e Oculus ha intervistato e fornito agli studenti una valutazione preliminare, una valutazione a seguito del corso e una 30 giorni dopo, per determinare quanto le informazioni acquisite fossero mantenute nel tempo.

Dallo studio è emerso che:

I dipendenti formati in VR dopo il training sono il **275% più preparati** rispetto agli altri

I formati in VR sono **3.75 volte più coinvolti** rispetto alla lezione frontale e 2.3 volte rispetto a quella e-learning

La formazione in VR risultata **4 volte più veloce** rispetto alla lezione frontale e 1.5 volte più veloce rispetto all'e-learning

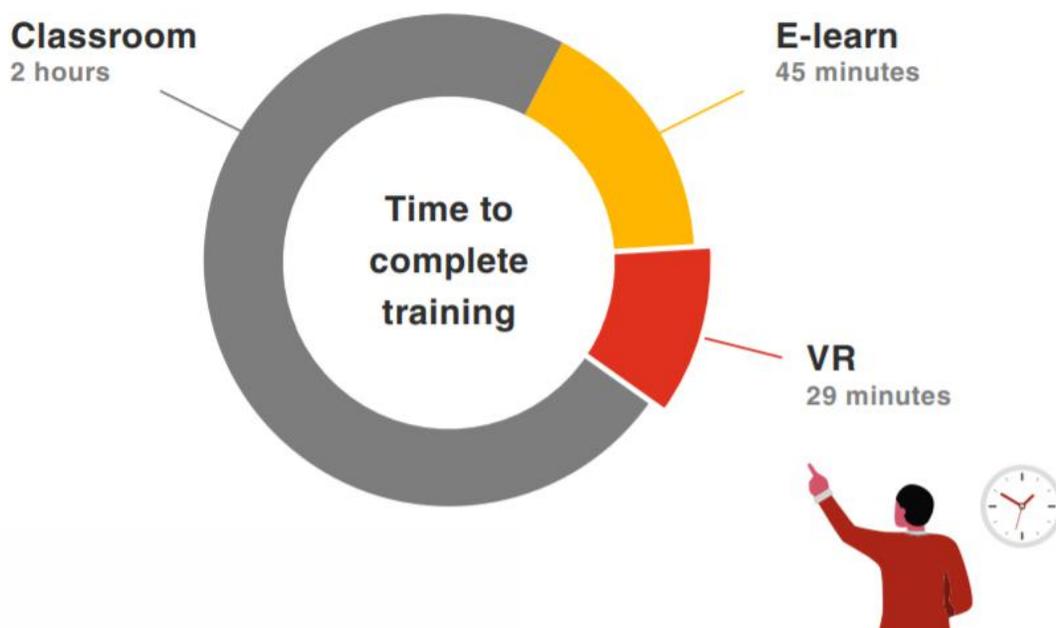
I formati in VR sono **4 volti più attenti** rispetto ai formati con e-learning e 1,5 volte di più rispetto alle lezioni frontali

Fonte:

[PwC - The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise](#)

I dipendenti formati utilizzando la realtà virtuale completano la formazione più velocemente

PwC è stata in grado di formare i dipendenti fino a 4 volte più velocemente in VR rispetto alle lezioni in aula e 1,5 volte più velocemente rispetto alle lezioni tramite dell'e-learning. Questo anche tenendo in considerazione il tempo aggiuntivo necessario per formare per la prima volta i nuovi utenti all'uso dei visori VR (in media 10 minuti extra).



Fonte:

[PwC - The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise](#)

I dipendenti formati utilizzando la realtà virtuale sono più sicuri delle loro competenze

Gli utenti formati con la realtà virtuale sono il 275% più sicuri delle competenze acquisite: un miglioramento del 40% rispetto alla formazione in aula e del 35% rispetto all'e-learning. Credere in se stessi e avere fiducia aiuta gli studenti a connettersi meglio con gli altri, sentendosi anche più soddisfatti del tempo dedicato al training.



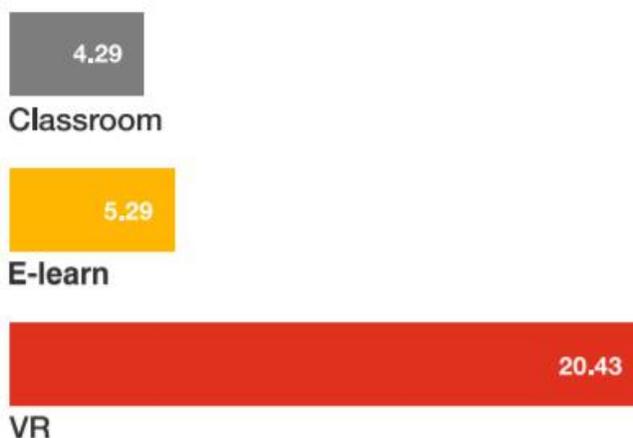
Fonte:

[PwC - The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise](#)

I dipendenti formati utilizzando la realtà virtuale sono emotivamente più coinvolti

Gli studenti VR si sono sentiti 3,75 volte più emotivamente connessi al contenuto rispetto a chi ha seguito le lezioni in aula e 2,3 volte rispetto agli e-learners. Le persone capiscono e ricordano le cose più profondamente quando sono coinvolte le loro emozioni. Per esempio ritrovarsi in un mondo digitale a dover gestire un problema o un pericolo, come se fosse reale, è molto più impattante rispetto alla lettura di un'analisi ricca di dati, immagini e istruzioni sulle operazioni da seguire. È facile capire quanto sia più forte l'emotività e quanto questa possa portare a risultati migliori.

Average emotional connection felt to learning content



Fonte:

[PwC - The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise](#)

I dipendenti formati utilizzando la realtà virtuale sono più concentrati

Quando parliamo di realtà virtuale, è facile capire perché è difficile distrarsi usando questa tecnologia: le simulazioni e l'esperienza immersiva comandano la nostra attenzione. Dallo studio di PwC è emerso che gli studenti addestrati in VR sono 4 volte più concentrati rispetto ai loro coetanei formati in modalità e-learning e 1,5 volte più concentrati rispetto ai loro coetanei formati in aula.

	Classroom	E-learn	VR
How many times were you multitasking or distracted during this experience?	0.78	1.93	0.48
How many minutes do you estimate it took to get back on task ?	1	2.63	0.48

Fonte:

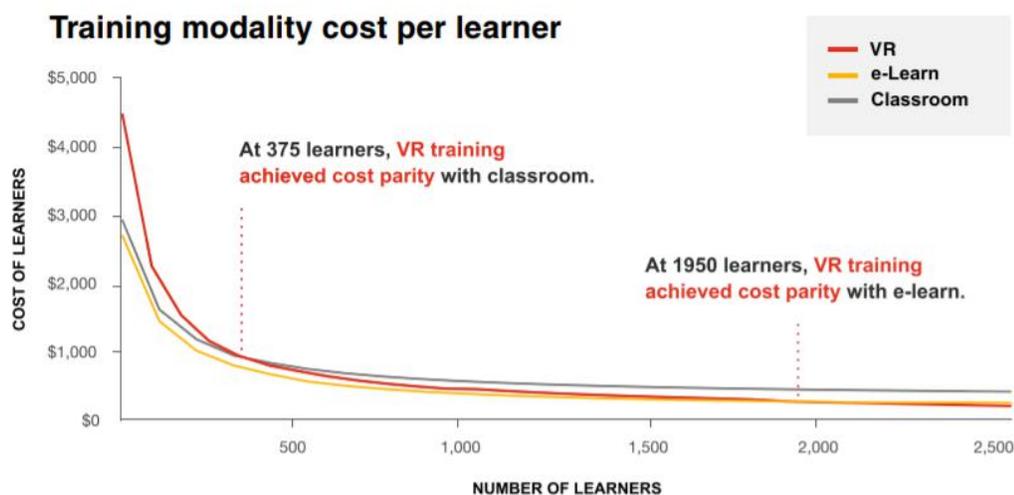
[PwC - The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise](#)

La realtà virtuale è più conveniente su larga scala

Nello studio svolto, PwC ha inoltre messo a confronto il costo delle tre modalità di apprendimento analizzate, replicando lo stesso modulo formativo nei diversi formati. È emerso che la realtà virtuale, rispetto alle lezioni in aula o all'e-learning, richiede un maggiore investimento iniziale per la costruzione del contenuto e per la sua diffusione tramite i visori VR, che però è ampiamente ripagato nel momento in cui la formazione viene erogata su larga scala, a un numero sufficiente di dipendenti.

Un corso VR costa circa il 47% in più rispetto ad un corso in aula e il 48% in più rispetto al corso e-learning. Sviluppare un contenuto VR richiede infatti l'intervento di figure specializzate, come 3D artist e sviluppatori, che non sono necessari nelle altre modalità formative.

Tuttavia, se si considera il ritorno sull'investimento (ROI), emerge un quadro differente: la formazione in VR richiede meno tempo rispetto ai corsi in aula e all'e-learning. Quindi, se si prende in considerazione il costo del tempo speso dai dipendenti per formarsi, la realtà virtuale risulta essere l'investimento migliore.



Fonte:

[PwC - The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise](#)

Confrontare i costi e determinare il ROI

A questo punto è normale chiedersi: "Ma quindi quanto costa davvero la realtà virtuale?".

Tutte e tre le modalità (formazione in aula, in e-learning o in realtà virtuale) richiedono un corso pianificato, progettato, sviluppato e distribuito. PwC nel suo studio ha confrontato i costi e il ROI della distribuzione dello stesso contenuto di apprendimento nelle tre modalità.

La tabella qui sotto mette a confronto alcune delle attività chiave svolte in modalità aula, e-learning, e virtual reality. Più simboli \$\$ ci sono, maggiore è il costo.

Come detto, quello che emerge è che l'investimento iniziale in VR risulta più costoso ma è il più conveniente su larga scala e nel tempo.

TASK	CLASSROOM	E-LEARN	V-LEARN	NOTES
Course design	\$	\$	\$\$	VR requires more options to be considered; "happy" and exception paths must each be flushed out to help provide a dynamic experience.
Research	\$	\$	\$	Equivalent
Script	\$	\$	\$\$	VR requires additional scripting to account for the exception paths.
Talent acquisition	\$\$	\$\$	\$	Assumption that videos will be created requires more actors to be used.
Creative/video	\$\$	\$\$	\$\$\$	VR requires additional creative assets to be created (3D art).

Fonte:

[PwC - The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise](#)

Confrontare i costi e determinare il ROI

TASK	CLASSROOM	E-LEARN	V-LEARN	NOTES
Development	\$\$	\$\$	\$\$\$\$\$	VR requires the solution to be coded, whereas e-learn is normally built upon a learning platform.
Editing/assembly	\$	\$\$	\$\$\$	VR requires additional assembly work to account for the exception paths.
Testing	\$	\$\$	\$\$\$	e-Learn and v-learn require additional testing to identify software anomalies
Legal review	\$	\$	\$	Equivalent
Logistics setup	\$	\$	\$\$	VR requires additional equipment (such as the HMD, headphones, etc.) to be managed that is not part of a standard employee equipment package.
Support	\$	\$	\$\$	Equivalent
Facilitation	\$\$\$\$	-	\$	Classroom training requires facilitation that is not scalable. The more people you train, the more facilitators you need.
Total cost comparison	17	16	25	VR courses in general will be more expensive to build than classroom or e-learn courses.

Fonte:

[PwC - The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise](#)

Cosa determina i costi

IL TEMPO DEDICATO ALL'APPRENDIMENTO

Il costo più importante in un piano formativo è dato dalla durata che i dipendenti dedicano a una formazione specifica. Nello studio di PwC l'apprendimento in realtà virtuale ha richiesto un quarto del tempo della formazione in aula e due terzi del tempo impiegato per la formazione tramite e-learning.

Facciamo un esempio: se il costo di un dipendente fosse di 100 euro all'ora, il suo apprendimento in aula sarebbe costato 200 euro, quello in e-learning 75 euro e quello in VR 50 euro. Se si considerano 20.000 dipendenti, la formazione in VR consentirebbe di risparmiare circa 3 milioni rispetto alla formazione in aula e 500 mila euro rispetto all'e-learning.

Più dipendenti vengono formati in VR, più l'azienda risparmia tempo e costi.

LA PRESENZA DI UN FORMATORE E LA SCALIBILITÀ DEL CORSO

Il secondo fattore che influenza il costo è la presenza o meno di un formatore. La formazione in aula non è una proposta scalabile, in quanto richiede la presenza di un formatore, cosa che non accade con l'e-learning. La realtà virtuale richiede solitamente la presenza iniziale di un formatore che possa spiegare ai vari apprendisti il funzionamento del visore.

Per esempio, se si prende in considerazione il costo di un formatore, la formazione in aula risulta 8 volte più costosa rispetto alla formazione in VR, mentre l'e-learning non prevede costi per il formatore se non una tantum in fase iniziale d'impostazione del corso.

HARDWARE E SOFTWARE

Le modalità di apprendimento e-Learning e realtà virtuale richiedono hardware e software aggiuntivi che devono essere compresi nel costo complessivo del modulo formativo. Tuttavia, secondo lo studio di PwC, in un periodo di 12 mesi il costo dell'hardware (anche per altri corsi) viene ammortizzato.

Fonte:

[PwC - The Effectiveness of Virtual Reality Soft Skills Training in the Enterprise](#)

03

Come integrare la realtà virtuale in azienda

La realtà virtuale dev'essere considerata a tutti gli effetti uno strumento e, come tale, è importante integrarlo all'interno di una strategia di formazione, nuova o pre-esistente, per ottenere risultati concreti e poterne sfruttare le numerose potenzialità.

"Come posso usarla all'interno della mia azienda?"

"Può portarmi un valore misurabile?" "In quali situazioni?"

Sono alcune delle domande che è importante porsi prima di iniziare un percorso d'integrazione di questa affascinante ma complessa tecnologia.

Digital Mosaik nasce con questo scopo: inserire la realtà virtuale in maniera fluida all'interno dei processi aziendali, senza sconvolgere gli approcci tradizionali. Lo dice il nostro nome: la VR costituisce il tassello di un mosaico e diviene funzionale se il suo processo d'inserimento nello spettro di attività abitualmente svolte avviene senza saltare passaggi obbligati.

Per questo è necessario seguire un processo che permette di comprendere a fondo le esigenze formative e trasformarle in un'esperienza di realtà virtuale efficace e perfettamente allineata con gli obiettivi formativi.

Il metodo Digital Mosaik: le 4 fasi per l'integrazione della realtà virtuale

1

DISCOVER

Ogni progetto inizia con una fase d'esplorazione. In questa fase vengono analizzate le esigenze dell'azienda, le problematiche, gli obiettivi e il target della formazione. Ci aiuta a capire come la realtà virtuale può portare risultati concreti e quali sono i KPI.

2

DESIGN

In base a quanto emerso in fase di analisi, si progetta l'esperienza VR. Vengono definite le piattaforme, la tecnologia di sviluppo, le metriche di misurazione, la tipologia di messaggio, le interazioni e il visual più adatti per raggiungere gli obiettivi prefissati.

3

DEVELOP

In questa fase capacità tecniche, creatività e problem solving si uniscono per dar vita ad un mondo tridimensionale che tenga conto delle leggi fisiche e matematiche. Vengono sviluppati gli asset 3D e programmate e loro interazioni con l'utente e l'ambiente.

4

DISTRIBUTE

L'esperienza VR va resa accessibile in modo semplice e veloce. In questa fase vengono creati supporti necessari per permettere una fruizione e distribuzione del contenuto immediata. Perché a far la differenza non è lo strumento, ma la strategia d'utilizzo.

Discover: la fase di analisi

Lo scopo di questa fase è indagare quelle che sono **le problematiche e le necessità formative dell'azienda per capire come la realtà virtuale può portare valore.**

Ma a differenza di quanto si crede, il percorso non ha inizio con la definizione degli obiettivi, ma ancora prima, con un'analisi del contesto aziendale.

Come viene svolta ad oggi la formazione? Esistono delle problematiche? Dove sono collocate? Che tipo di figure riguardano?

Solo una volta che il quadro è chiaro è possibile definire in modo certo gli obiettivi e rispondere a domande più precise, che serviranno per definire l'esperienza di realtà virtuale:

- Quali obiettivi vogliamo raggiungere?
- A quale target ci rivolgiamo?
- Quale sarà il contesto di utilizzo?
- Quali risultati ci aspettiamo?
- Quali vantaggi può portare l'uso della VR?
- Come misuro i risultati? Con quali metriche?



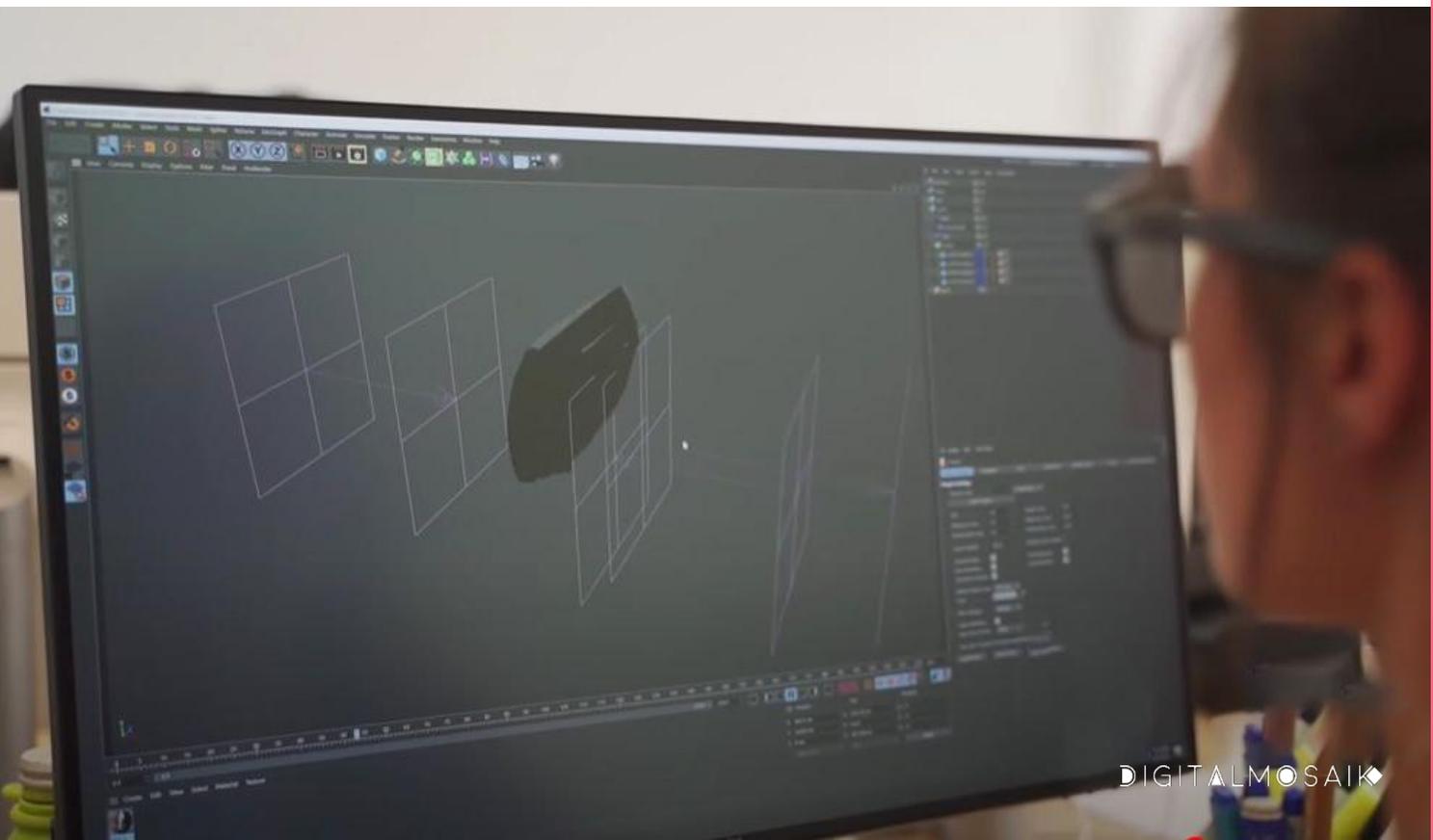
Design: la fase di progettazione

Dopo aver svolto un'attenta analisi, aver individuato problematiche, target, obiettivi e metriche da misurare, può avere inizio la progettazione vera e propria dell'esperienza.

Questa fase richiede l'intervento di figure e competenze differenti ma complementari: designer, sviluppatori, project manager e tecnici hardware che collaborano per individuare la tipologia di contenuto e hardware più adatti.

Definire il design dell'esperienza infatti significa:

- **Identificare i supporti hardware più adatti.**
- **Identificare il tipo di esperienza (visual e interazioni)**



Design: la fase di progettazione

IDENTIFICARE I SUPPORTI HARDWARE PIÙ ADATTI

La VR permette di formare i dipendenti in larga scala e ovunque nel mondo consentendo di gestire l'esperienza ed i visori da remoto.

Quali visori sono dunque più adatti alle nostre esigenze di formazione?

Esistono due categorie di visori VR: **visori PC VR**, che necessitano di essere collegati al PC e **visori stand-alone**.

Visori PC VR

- Richiedono di essere collegati ad un computer ad alte prestazioni, tramite cavo, per poter funzionare.
- Utili per processare esperienze complesse.
- Richiedono supporto IT specializzato.
- Non facilmente trasportabili

Visori VR stand alone

- Non necessitano di essere collegati ad un PC.
- Trasportabili.
- Non si corre il rischio di inciampare sui cavi durante l'esperienza;
- Necessitano connettività di rete solo se l'esperienza richiede di condividere dati o interagire da remoto con altri visori.
- Processano meno dati rispetto a quelli collegabili al PC, ma garantiscono la medesima efficienza alleggerendo i dati a monte
- Alimentati da batterie ricaricabili, necessitano di essere ricaricati in media ogni due ore.
- Utilizzo intuitivo, non richiedono supporto IT specializzato.

Design: la fase di progettazione

È interessante il processo che ha portato PwC alla scelta del visore più adatto a formare il personale in realtà virtuale.

Dovendo gestire la formazione in VR per circa 1600 dipendenti dislocati in 12 sedi nel mondo, la scelta dell'hardware, quindi del visore VR più adatto, è avvenuta rispondendo a diverse domande:

- Di quanti visori abbiamo bisogno?
- Come verranno gestiti?
- Come verrà gestito il caricamento dei software sui visori?
- Dove avverrà la formazione dei dipendenti?
- Come proteggeremo i visori fisicamente e logicamente?
- Come faremo a proteggere i dati raccolti da ogni utente in linea con la policy sulla privacy?

La scelta di PwC è ricaduta sul visore **Oculus Quest**, un visore stand-alone con diverse caratteristiche:

- Sensori per il tracciamento posizionale e l'hand tracking integrati.
- Microfono incorporato per poter utilizzare il controllo vocale all'interno dell'applicazione di formazione al posto dei controller.
- Batterie adeguate a supportare un'esperienza media di formazione.
- Acquistare questi visori nella versione Oculus for Business, permette ad un unico team di gestire da remoto un gran numero di visori, anche dislocati ovunque nel mondo, attivare e disattivare funzionalità specifiche, gestire gli accessi, monitorare lo stato di salute del dispositivo.
- Possibilità di attribuire un PIN ad ogni ID utente che compie l'esperienza a tutela dei propri dati.
- Possibilità di limitare l'accesso ai dati presenti sul visore, attivando lo svolgimento dell'esperienza in modalità "kiosk". Questo comporta che l'utente possa accedere solo all'esperienza di formazione a lui destinata.

Design: la fase di progettazione

IDENTIFICARE IL TIPO DI ESPERIENZA

Sulla base delle esigenze, delle necessità e degli obiettivi emersi in fase di analisi, avremo a questo punto un'idea dell'esperienza che vogliamo strutturare e una tipologia di hardware che dovrà supportarla.

Affinché l'idea possa prendere forma, questa deve tradursi in un concept che identifichi l'ambiente virtuale e le interazioni che l'utente compie con esso.

Entra dunque in gioco il mix di attività alla base del game design, dove il termine *game* fa riferimento a quelle peculiarità tipiche sia della realtà virtuale che del gioco nella sua accezione più semplice, quali l'ambientazione, l'interazione ed il coinvolgimento dell'utente. Questa è la progettazione vera e propria, che comprende diverse attività:

- **Definire il look and feel dell'esperienza**, ovvero il visual aspect in tutte le sue parti, dalle ambientazioni, agli oggetti, agli avatar, è fondamentale affinché sia rappresentata visivamente l'identità del progetto VR.
- **Fare ricerca e confronto**: è basilare il confronto con casi di successo analoghi, studiare come sono stati ottenuti alcuni risultati identificando soluzioni efficaci ed errori da non ripetere. Molto spesso sarà necessario studiare e sviluppare soluzioni non ancora esistenti: difatti, la tecnologia è relativamente nuova e tante funzionalità della realtà virtuale vengono ad oggi scoperte ed implementate in corso d'opera.
- **Ragionare sull'ottimizzazione** in base all'hardware scelto. Qualora la scelta sia ricaduta su un visore stand-alone dando la priorità ad evidenti ragioni di praticità piuttosto che alla capacità di processare un gran numero di dati, sarà necessario ottimizzare gli asset 3D e le loro interazioni, senza perdere qualità.
- **Definire la tipologia d'interazioni che l'utente deve svolgere in VR**. In base al target e alla tipologia di esperienza da ricreare, sarà importante scegliere le interazioni che ha senso ricreare in VR e che possano essere utili a raggiungere gli obiettivi formativi prefissati.

Develop: la fase di sviluppo

In questa terza fase ha inizio lo sviluppo vero e proprio dell'esperienza di realtà virtuale.

Gli approcci più comuni alla realizzazione di contenuti VR, si soffermano poco e nulla sull'analisi e sulla progettazione, focalizzandosi solo sullo sviluppo tecnico di un'esigenza puntuale.

Il rischio di tale approccio è evidente: non studiando il contesto di applicazione e le possibili soluzioni, l'esperienza VR rischierà di non raggiungere gli obiettivi attesi e perdere in usabilità.

È importante ricordare che questa fase può essere avviata solo nel momento in cui il team ha chiaro che cosa serve realizzare, come e soprattutto perché.

Solo a quel punto si può procedere con lo sviluppo, che comprende le seguenti attività:

- Sviluppo, ottimizzazione, texturing, UV mapping e animazione degli **asset 3D** e realizzazione degli **elementi di UI dell'esperienza**.
- Sviluppo delle **interazioni** e delle **logiche complesse**.
- Sviluppo degli **elementi di sound design** e **voice over**.



Distribute: la fase di distribuzione

Una volta realizzata l'esperienza VR è necessario distribuirla.

Quando si parla di un'esperienza VR di formazione aziendale, "distribuirla" significa renderla facilmente fruibile, utilizzabile ed utilizzata dai dipendenti a cui questa è rivolta. Chiaramente ogni situazione va analizzata nello specifico, ogni azienda è diversa dall'altra. Ma ecco alcuni consigli utili che in generale possono valere nei diversi contesti:

FORMARE CHI NON HA DIMESTICHEZZA CON LA VR

Introdurre la VR come metodo di apprendimento ad un dipendente che non ne ha mai avuto esperienza può essere impegnativo per diversi fattori: età, cultura, esperienza con altre tecnologie, tipologia di tematiche affrontate.

I seguenti sono consigli che dovrebbero essere applicati per la maggior parte degli utenti alle prime armi, la prima volta che vengono a contatto con la VR:

1. Preinformare

Tramite l'invio di una comunicazione che spieghi ai dipendenti cosa succederà, perchè e cosa aspettarsi: in questo modo saranno più coinvolti, preparati e consapevoli.

2. Supportare all'utilizzo del visore chi è alle prime armi

Affiancandolo nella spiegazione tecnica delle sue funzionalità.

3. Rendere facile l'accesso all'esperienza e consentire di prendere dimestichezza con la VR

La modalità "kiosk" consente, una volta indossato il visore, di ritrovarsi direttamente all'interno dell'esperienza senza dover navigare all'interno delle funzionalità del visore (app, impostazioni etc).

Molti dipendenti si annoiano e si distraggono mentre gli si spiega come funziona lo strumento, l'ideale è prevedere un tutorial all'interno dell'applicazione stessa per far prendere confidenza con lo strumento e le sue funzionalità provandolo direttamente. Infatti una volta che una simulazione viene avviata per la prima volta, le persone hanno bisogno di circa un minuto per adattarsi al nuovo contesto e sentirsi parte di ciò che stanno vedendo.

Distribute: la fase di distribuzione

COLLABORARE TRA PERSONE

Affinché un programma di formazione in VR possa funzionare correttamente, è necessaria la collaborazione tra diversi reparti aziendali, come l'HR e l'IT.

Le risorse umane devono essere coinvolte per aiutare a monitorare, organizzare, programmare e supportare la formazione in VR.

RAFFORZARE L'APPRENDIMENTO TRAMITE IL DEBRIEFING

La formazione del dipendente in VR è molto efficace ma prevedere anche la possibilità di discutere e confrontarsi su quanto appreso a seguito dell'esperienza rende l'apprendimento ancora più profondo.

CREARE MODELLI FORMATIVI SCALABILI

Uno dei principali vantaggi della VR è la possibilità di riutilizzare la medesima esperienza in più contesti, per questo è importante studiare contenuti già pensati per essere fruiti in lingue diverse e facilmente adattabili ad esigenze locali.

RAFFORZARE CON ALTRE MODALITÀ

È importante includere la realtà virtuale all'interno di una strategia di formazione che preveda anche le altre modalità di apprendimento.

04

Conclusioni

La formazione aziendale è fondamentale per il successo di un'impresa.

Affinché questa possa avvenire in modo corretto è importante valutare come poter offrire ai dipendenti gli strumenti più idonei, capaci di coinvolgerli e aiutarli nell'acquisizione delle competenze necessarie.

La realtà virtuale permette di simulare un'esperienza quasi reale, offrendo all'utente la possibilità d'imparare facendo e mettersi alla prova, anche sbagliando. Il tutto senza correre rischi e senza la necessità della presenza fisica di un formatore.

La VR è la soluzione ideale per quelle aziende che hanno la necessità di formare i dipendenti su larga scala o in situazioni:

- rischiose;
- complesse o costose da replicare;
- non realizzabili nella realtà;
- che richiedono il trasferimento di specifici know how;
- che richiedono spostamento di persone e/o macchinari.

Ma integrare questo strumento all'interno dell'azienda richiede tempo e attenzione.

Il limite non è più nel costo dell'hardware, nella sua distribuzione in azienda o nella complessità d'utilizzo; oggi i visori stand-alone costano meno di 1000 euro e possono essere gestiti come qualsiasi altro dispositivo mobile aziendale. I grandi players della VR, come Facebook, Google e Sony stanno rendendo le piattaforme di fruizione e diffusione dei contenuti sempre più accessibili e i visori sempre più semplici, pratici e funzionali.

Il limite è nella strategia d'utilizzo e nel riconoscere come la tecnologia, in base alle sue caratteristiche e al suo linguaggio, possa risolvere problemi ed esigenze specifiche di ogni azienda o offrire nuove opportunità.

Il valore che la VR può fornire è evidente e misurabile, ma solo se compresa e utilizzata nel modo corretto.

DIGITALMOSAIK

Vuoi saperne di più?

Contattaci a info@digitalmosaik.com per una DEMO GRATUITA.

© 2021 Digital Mosaik. All rights reserved.

Not for further distribution without the permission of Digital Mosaik srl.