

Expertentipp: Die neue Trainingsstrategie bei der FCA Germany AG

von Rainer Ohlenhard, Direktor der Trainingsabteilung Unetversity bei der FCA Germany AG.

Wir betreuen bei der FCA Germany AG mehr als 1.000 Marken-Betriebe in Deutschland. Alle Autohäuser stehen aktuell vor einem großen Wandel: Neben der Weiterentwicklung im technologischen Bereich gibt es Änderungen im Kaufverhalten und in den Serviceerwartungen.

Daraus ergibt sich großer Schulungsaufwand. Als Hersteller und Importeur suchen wir nach Methoden, die Partner zu unterstützen. Unsere klassische Herangehensweise über die alleinige Konzentration auf Präsenz-Workshops ist nicht mehr darstellbar. Vor allem, weil dies für die Partner mit hohen Kosten verbunden ist.

Unsere neue Trainingsstrategie fußt auf drei Säulen: Die klassische Weiterbildung in unseren Trainingscentern wird durch Online-Schulungen ergänzt. Der Vorteil dieses Web-Based-Trainings liegt in ihrer zeitlichen Flexibilität. Der Techniker im Betrieb kann das Lernmodul nutzen, wenn er ein entsprechendes Problem in der Werkstatt hat. Darüber hinaus möchten wir Seminare mit so genannten Virtual Classrooms verzahnen. Dabei nehmen bis zu zwölf Mitarbeiter aus Partnerbetrieben an einem moderierten und interaktiven Chat zu einem bestimmten Thema teil. Dies kann Bedingung für die Teilnahme an einem weiterführenden Präsenzkurs sein.

Wesentlich für die Marken der FCA Germany AG ist die intelligente Vermischung und Abstimmung der drei Elemente, das „Blended-Learning“. Der Anteil im technischen Bereich soll sich auf 70 Prozent Präsenzschulungen gegenüber je 15 Prozent Onlineschulungen sowie VC entwickeln.

Eine Initiative von



Unterstützt von

