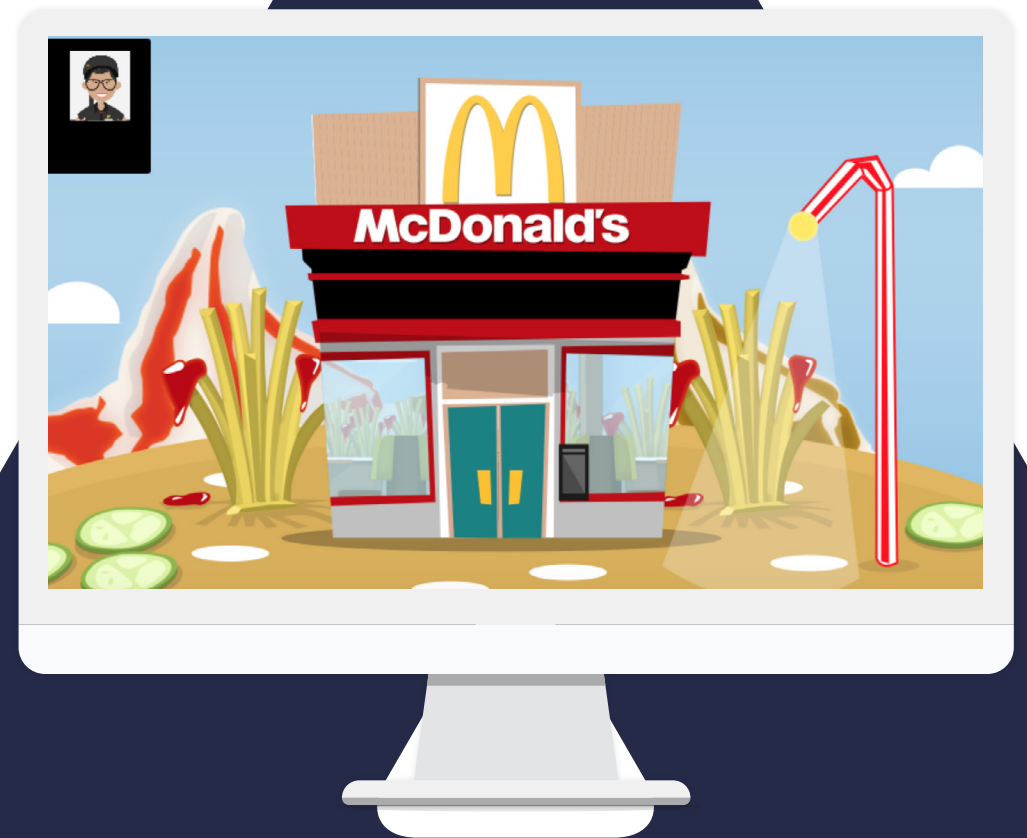


Case

McDonald's rammer målgruppen med gamificerede læringsuniverser



I denne **case** vil du læse, hvordan:

- McDonald's rammer deres målgruppe: De 15-25-årige
- Der er kommet en stigning på 20% når det kommer til medarbejdernes evaluering af om træningsmaterialerne er tidssvarende og moderne
- Gamification nu lever i bedste velgående blandt McDonald's mange andre digitale træningsmoduler med mere end 20.000 gennemførte moduler (7. marts 2019)



Rasmus Vilhelmsen

Operations Solutions Consultant og
Project Manager i McDonald's Danmark.

Rasmus startede for 9 år siden i McDonald's restauranter og har siden gjort karriere i virksomheden. Nu sidder han med ansvaret for træning i Danmark, herunder: træningsmaterialer, digital læring, LMS, lærebøger mm. Helt fra medarbejderniveau hvor man starter med at lave pommes frites til lederudvikling. Derudover sidder han som projektleder på en del projekter, der rulles ud i driften.

Fra langhåret forberedelse til langlemmede bakterier

Et frådende bakteriemonster tårner frem for dig - klar til at friture-stege dine kære kolleger, som holdes fanget efter en voldsom formindskende rengøringsekspllosion. Det er det nye udgangspunkt, når McDonald's skal undervise sine medarbejdere i hygiejne - og fødevarer sikkerhed.

“Tidligere var det meget manuelt, hvis man skulle lære noget nyt. Så fik man stukket et stykke papir i hånden med rigtig meget information, som man skulle læse, før man mødte op til en vagt, hvor man blev trænet på gulvet - skulder ved skulder,” fortæller Rasmus Vilhelmsen, Operations Solutions Consultant og Project Manager i McDonald's Danmark.

“Forberedelsen hos den enkelte medarbejder var altså ret langhåret og kunne godt virke overvældende. Der kunne nemlig typisk være 6-8 timers forberedelse, når en ny medarbejder skulle starte på de forskellige stationer rundt omkring i restauranten.”



Elæring i form af powerpoints, som medarbejderne skulle klikke sig igennem var også en del af træningsrepertoiret.

“Så det var ret så gammeldags med det her click-and-read-materiale, hvor man besvarede nogle spørgsmål til sidst i en test,” siger Rasmus.

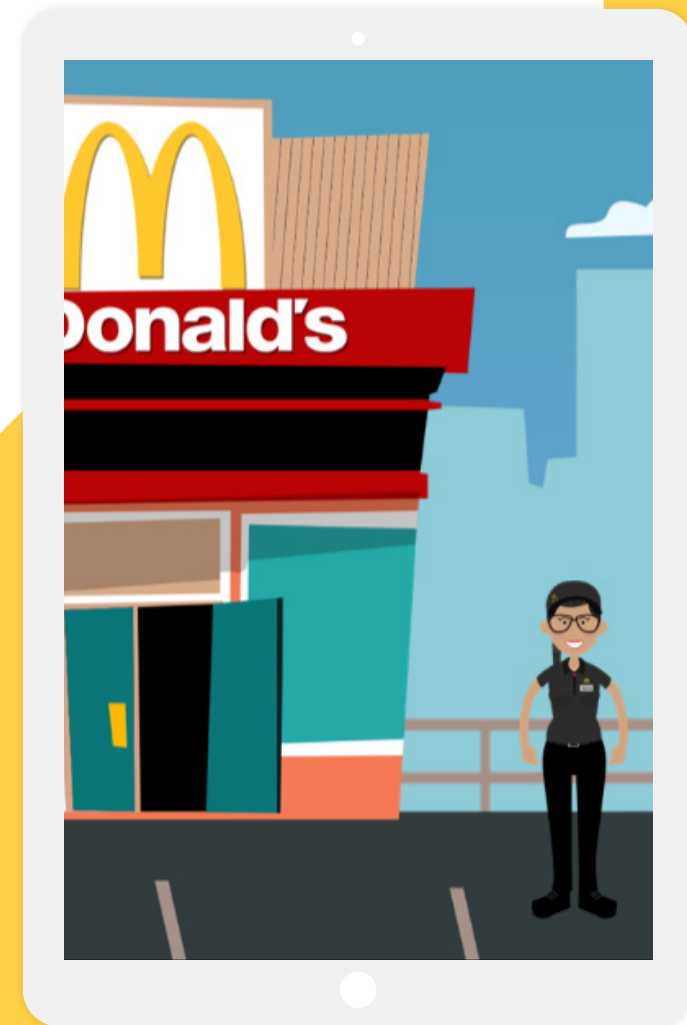
Simpel træning til en ung målgruppe

Hygiejne - og fødevarer sikkerhed er ekstremt vigtigt at træne medarbejderne i hos McDonald's. Tidligere skulle medarbejderne derfor på et obligatorisk 4-timers-kursus, som de efterfølgende skulle eksamineres i.

“Heldigvis gav myndighederne lov til, at man kunne udvikle sine egne læringsmoduler i forbindelse med hygiejne - og fødevarer sikkerhed. Og det blev kickstarten til at udleve et ønske om at skabe mere simpel træning - både til den enkelte medarbejder, men også til restauranterne, som skulle sørge for træningen,” siger Rasmus.

Herfra gik McDonald's ud og undersøgte markedet for forskellige muligheder for ny digital læring.

“Vores hovedfokus på at skabe mere simpel træning var elæring, og det var nok i den form, som vi allerede kendte til - altså det her med powerpoint-showet. Så det var først da vi afsøgte mulighederne, at vi blev introduceret til gamification. Og da vi fik den mulighed var det helt sikkert, at det var den vej vi skulle gå, fordi det var noget vi troede på også passede ind til vores målgruppe på de 15-25-årige,” siger Rasmus.



**3 gode grunde til at bruge
gamification i digital læring:**

80%

flere medarbejdere gennemfører
deres træning

84%

har konstateret en stigning i
brugertilfredshed

71%

opnår bedre resultater i tests

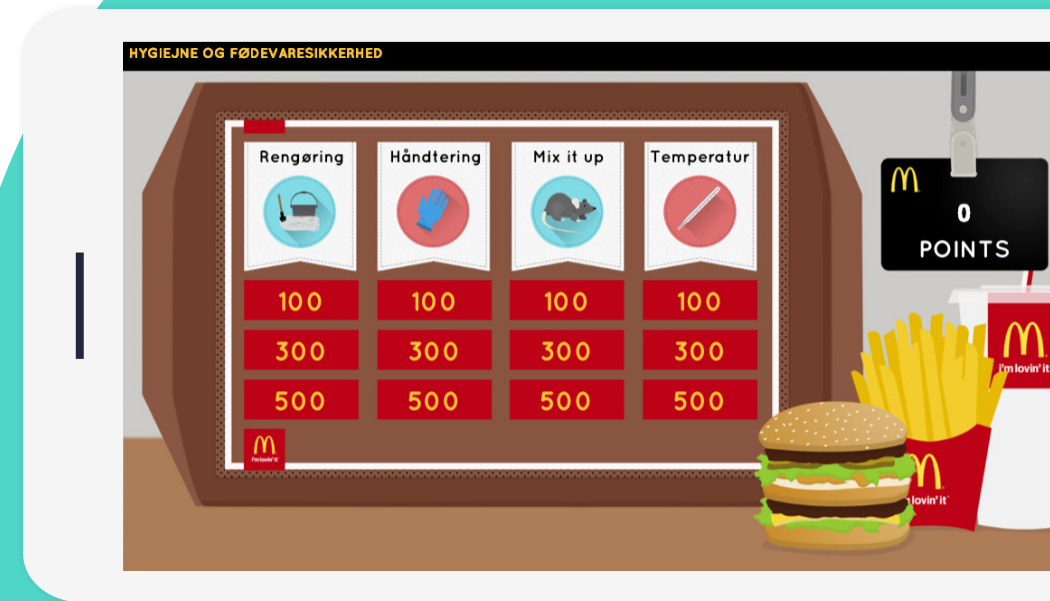
Gamification låner elementer fra spilverdenen, som fx levels, belønning, interaktion og karakterer.

Det der især tiltalte Rasmus Vilhelmsen ved gamification var, at man kunne omdanne et kedeligt område som hygiejne - og fødevarer sikkerhed til et sjovt spil, der er relevant for den enkelte.

“Samtidigt kunne man nedbringe tiden, som medarbejderne ellers skulle bruge på at lære, og vi kunne pludselig gøre det til en leg at lære,” siger Rasmus.

Læs mere om gamification i ebogen:

Få bedre læringsresultater med gamification og VR



Learningbank som samarbejdspartner

Hos McDonald's er de meget fokuserede på deres partnerskaber og bruger lang tid på at udvælge de helt rigtige leverandører.

“Der var altafgørende for os i denne her situation, at vi fik valgt en leverandør, som ikke bare erstattede vores logo og navn inde i en template, men faktisk tilpassede deres materiale direkte til vores virksomhed og satte en ære i at lære vores virksomhed at kende.”

“Og det betød faktisk, at da vi havde valgt Learningbank som leverandør, tog vi nogle af deres designere med ud i vores restauranter og trænede dem direkte på vores pommes frites-stationer, så de virkelig kunne mærke, hvordan det var at arbejde i det her miljø,” fortæller Rasmus.

Learningbanks designere gennemførte desuden McDonald's onboarding-forløb for nye medarbejdere.

“Learningbank gennemførte alt, hvad det krævede for at forstå vores virksomhed. Det har nok været det allervigtigste for at sikre, at vi

“Der var altafgørende for os i denne her situation, at vi fik valgt en leverandør, som ikke bare erstattede vores logo og navn inde i en template”

har et partnerskab, hvor de kender vores målgruppe 100 procent og kan sætte sig ind i, hvordan det er at være ude i vores restauranter,” siger Rasmus.

McDonald's strategi med at sætte Learningbank ind i deres kerneforretning viste sig at være en rigtig god idé for den endelige digitale læringsløsning.

“Det var en klar fordel, at designerne havde været med ude og kigge, fordi de fik nogle rigtig gode idéer og kunne bruge mange af elementerne fra restauranterne, som for eksempel vores pommes frites-stationer og kølerum.”

“Så resultatet endte virkelig med at blive noget, som medarbejderne kunne identificere sig med, når de trådte ind i det nye virtuelle læringsunivers,” siger Rasmus.

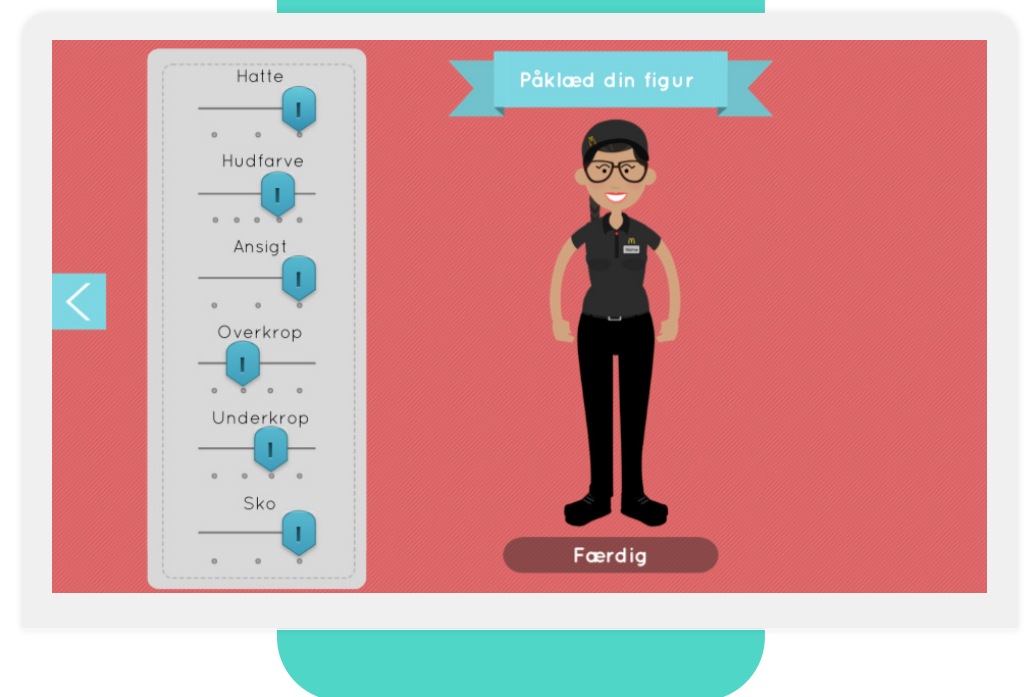


Medarbejdernes modtagelse

I det nye digitale læringsspil starter medarbejderen med at vælge sin karakter, som man skal klæde på efter hygiejnereglerne. Herefter møder man en professor i en McDonald's-restaurant, som skal introducere dig til hygiejne - og fødevarer sikkerhed.

“Og her tænker man måske - åh nej, skal man nu igennem noget langtrukket igen, men så sker der noget uventet, hvor nogle kemikalier falder på gulvet og skaber en kæmpe stor eksplosion, som skrumper medarbejderne ned til ministørrelse,” fortæller Rasmus.

De væmmelige bakterier fanger medarbejderne forskellige steder i restauranten, for eksempel i fritureolien eller i kølerummet. Herfra er det op til dig at redde dine kolleger ved at gennemføre en række baner, hvor man skal løse udfordringer der relaterer sig til hygiejne - og fødevarer sikkerhed. I hver bane redder man en kollega og til sidst skal man kæmpe imod et stort bakteriemonster for at komme igennem det digitale læringsunivers.



“Medarbejderne har modtaget det rigtig, rigtig godt. Vi har fået rigtig mange positive henvendelser fra restauranterne og medarbejderne - både i vores surveys når vi har fulgt op på træningen, men også når jeg er kommet rundt i restauranterne. Der er der mange der spørger: “Var det ikke dig, der var med til at lave det der super fede lærings-spil?””

“Det har selvfølgelig været en tilvænningsproces for nogle medarbejdere og ledere at lave træning baseret på gamification, men vi har fået talt med dem om, hvorfor det er en god idé, og nu er der kommet en bedre forståelse. Overordnet har vi desuden fundet en god balance mellem gamification og det seriøse,” siger Rasmus og uddyber:

“Over de seneste to år har vi oplevet en stigning i vores surveys på 20 % i spørgsmålet: “Anser du vores træningsmaterialer for at være moderne og tidssvarende?” Og vi ligger her i vores tilfredsheds-målinger for 2018 på over 95 % i det her spørgsmål. Så det er rigtig stor opbakning omkring den nye måde at gøre tingene på.”



learningcast

Lyt til podcast om gamification

Hør hele interviewet med Rasmus Vilhelmsen i podcasten: [Gamification - Spil dig til mere effektiv læring](#)

Derudover vil du også blive klogere på, hvordan gamification kan optimere jeres medarbejdertræning i samtale med VP of Learning i Learningbank, Anders Juul.

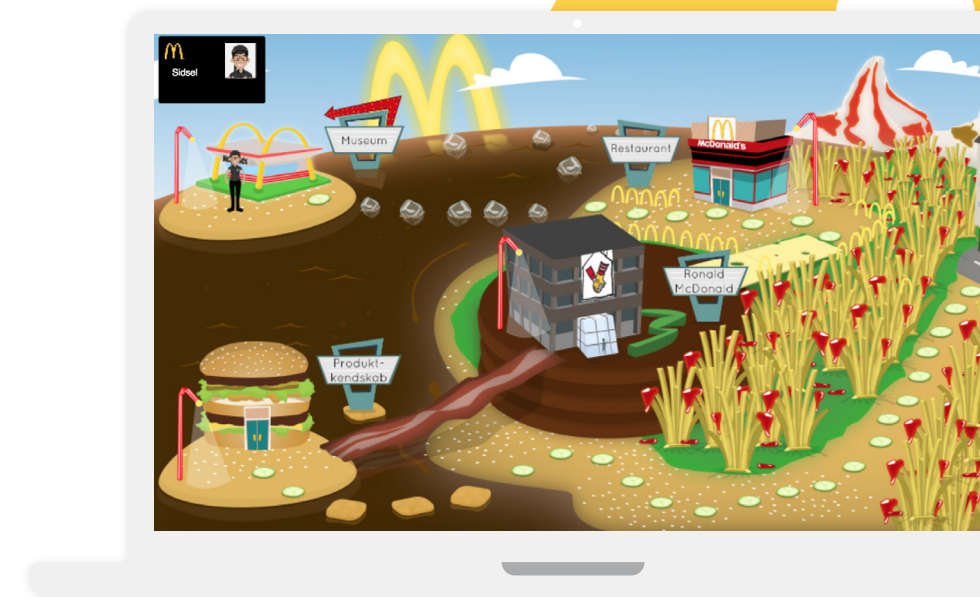
- Lyt i iTunes [her](#)
- Lyt på Spotify [her](#)

Gamification gennemstrømmer McDonald's medarbejdertræning

“Vi har senere hen lavet 7 produktioner med gamification. Så det er blevet et fast element i vores træningsrejse på forskellige niveauer. Vi har også skabt læring med gamification på øverste ledelsesniveau, når det kommer til pressehåndtering, kommunikation, gæstehenvelser osv.”

“Vi har skabt et univers, hvor de samme grafiske elementer og figurer går igen, så man som medarbejder stifter bekendtskab med de samme karakterer hele vejen igennem læringsrejsen og kan relatere til de ting, de har trænet i tidligere. Så det er et meget McDonald's-ificeret univers,” siger Rasmus.

I McDonald's digitale onboarding-modul har de sammen med Learningbank skabt en McDonald's-verden, hvor pommes-fritterne vokser op ad jorden som lygtepæle, et colahav skvulper afsted og der er bjerge i baggrunden lavet af Sundae-is. McDonald's hovedkontor og et McDonald's-museum skyder også op fra grunden, og her er det så op til den nye medarbejder at klikke sig rundt i de forskellige



baner og lære om McDonald's historie og mission.

“Vi har mere end 20.000 gennemførte digitale læringsmoduler (red. 7. marts 2019), så det er virkelig mange,” fortæller Rasmus og afslutter:

“Desuden kigger vi løbende på nye områder, hvor vi kan sætte ind og gøre det mere attraktivt for medarbejderne at lære på denne her sjove måde. Et område vi kigger på nu sammen med Learningbank er, for eksempel, hvordan vi kan træne vores medarbejdere i at afholde børnefødselsdage.”

“Learningbank er uden tvivl den mest moderne producent af digital læring, jeg til dato er stødt på. De er ganske enkelt i en liga for sig. Udover produktet er teamet bag Learningbank ekstremt kompetente og sætter en ære i at lære din virksomhed at kende, således at I sammen får skabt de læringsværktøjer, der passer til virksomheden og målgruppen. Teamet udfordrer dig på form og metode og bringer de nyeste trends indenfor digital læring på bordet. Jeg vil klart anbefale andre, at kigge Learningbanks vej, når det drejer sig

om digital læring. Der findes ganske enkelt ikke noget lignende på markedet.”

Vil du læse mere om hvordan McDonald's tænker hele deres medarbejderrejse og medarbejdertræning sammen?
Så læs casen: **Employee Experience hos McDonald's**

Skab de bedste læringsoplevelser for dine medarbejdere

learningbank 

Støberigade 14
2450 København SV

+ 45 71 999 123

info@learningbank.dk

learningbank.dk