

Microlearning: mensagem curta e efeito certo! Aprenda o que é e como aplicar



Introdução	3
O que é o microlearning?	4
Quais são os tipos de conteúdo do microlearning?	6
Quais são as aplicações do microlearning?	8
Como explorar esse formato na empresa?	11
Conclusão.....	15
Sobre o Sebrae PE	16

Introdução

A internet oferece um universo de informações para os usuários, mas as pessoas não querem perder tempo conferindo tudo aquilo que ela disponibiliza. Por isso, buscam conteúdos práticos e dinâmicos, que possam ser consumidos de forma rápida.

Essa tendência de comportamento tem fortalecido cada vez mais o **microlearning**. Ele tem ganhado bastante força no setor de ensino a distância, mas também pode ser aplicado de uma forma estratégica dentro das organizações, tanto com o objetivo de capacitar a equipe quanto para gerar oportunidades de vendas.

Com o microlearning transmitimos uma mensagem curta, mas que tem um efeito certo. Por isso, você pode utilizar esse recurso para inovar e promover o crescimento do seu negócio. Neste material, explicamos o que é o microlearning e como ele pode ser aplicado dentro das empresas. Continue lendo e descubra como aproveitar mais essa oportunidade!



O que é o microlearning?

O microlearning, ou micro-aprendizagem, é uma abordagem que tem como objetivo transmitir informações e **conhecimentos em pequenas doses e utilizando um curto período de tempo** para isso, de modo a criar sessões de aprendizagem.

Essa abordagem tem sido utilizada como método de ensino principalmente na modalidade a distância. Ela atende as características das novas mentes, que são impacientes, têm uma dificuldade maior para se concentrar e manter o foco. Afinal, são criados pequenos conteúdos para **transmitir a informação de uma maneira simples, muito clara, direta e que não exija muito tempo para ser consumida.**

Você pode perceber o crescimento do microlearning pelo grande sucesso que alguns canais de mídia têm alcançado. Começamos pelo **Twitter**, com seus pequenos posts com poucos caracteres. Mais recentemente o **TikTok** se tornou a plataforma queridinha, em especial entre os jovens. Ela também fornece conteúdos muito curtos, que podem entreter ou informar.

No entanto, **o microlearning não visa oferecer um aprendizado superficial.** Na verdade, é preciso que ele seja implementado de uma forma estratégica, de modo que a informação que se deseja transmitir seja compactada sem perder a sua profundidade e qualidade.



Por isso, na hora de criar conteúdos de microlearning é preciso considerar os pilares que compõem essa estratégia. São eles:

- a simplicidade, para preparar conteúdos diretos, objetivos e pontuais;
- o tempo, para que esses conteúdos tenham uma duração mínima;
- a ação, para gerar conteúdos autônomos que podem ser colocados em prática de forma imediata;
- a conectividade, para que a informação transmitida seja de fato relevante para a rotina de quem está consumindo aquele conteúdo.

Isso explica por que o microlearning **também tem sido aplicado na educação organizacional**. Perceba que pelas características desse método ele consegue entregar diversas vantagens no treinamento, capacitação e desenvolvimento de colaboradores.

Afinal, assim a empresa disponibiliza informações importantes e relevantes para os profissionais, permitindo a reciclagem, o desenvolvimento de habilidades e a aquisição de competências técnicas de uma forma muito específica, com **economia de tempo e recursos**.

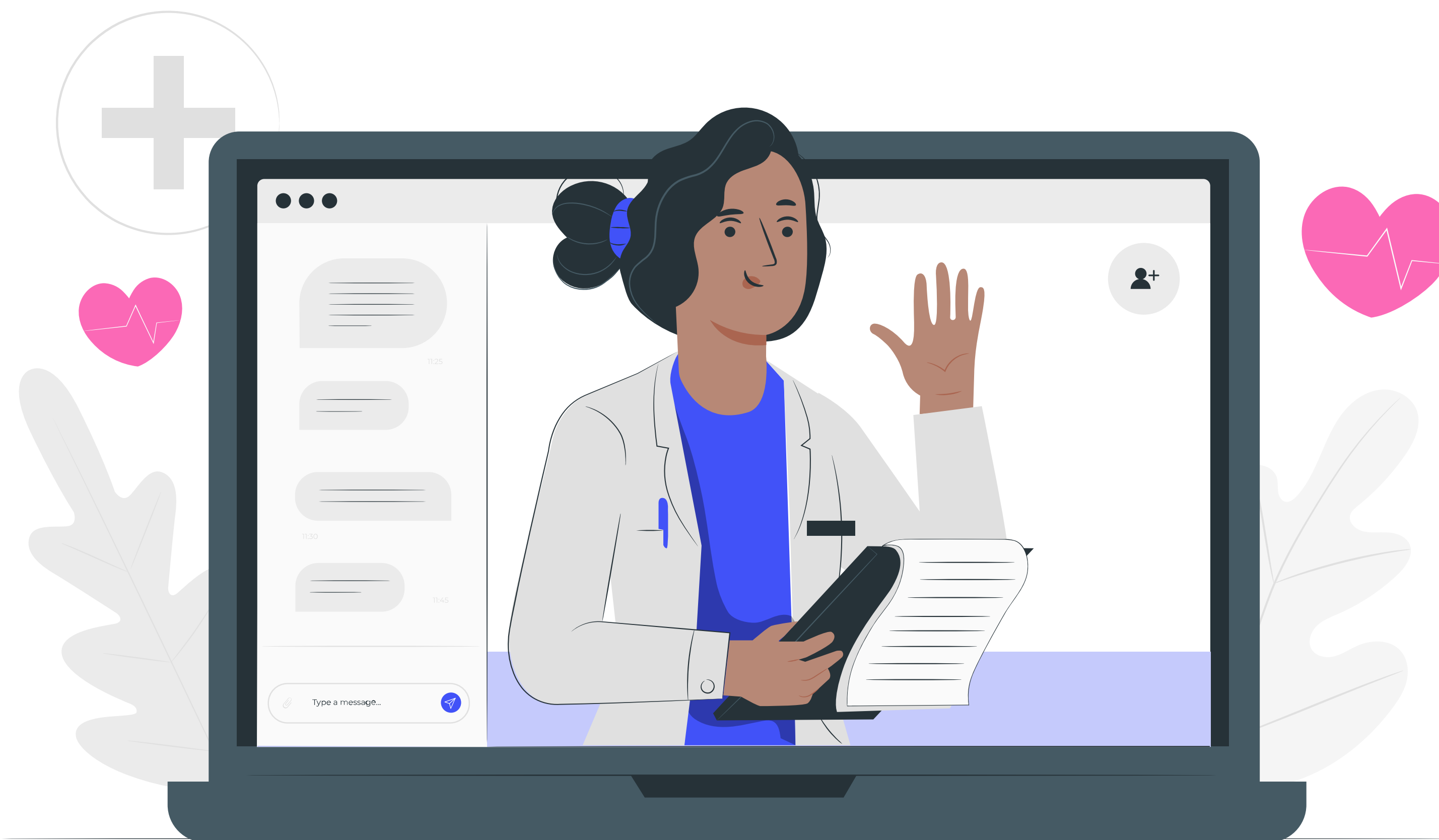
Quais são os tipos de conteúdo do microlearning?

Basicamente, podemos criar dois tipos de conteúdo para implementar o microlearning. São eles os conteúdos de contextualização e os de conexão.

Conteúdos de contextualização

Utilizamos os conteúdos de contextualização quando é preciso **apresentar a visão geral de um determinado tema**. Ou seja, queremos contextualizar as pessoas a respeito daquele assunto que está sendo abordado, mas no momento não existe o interesse ou a necessidade de se aprofundar em detalhes muito específicos.

Uma clínica odontológica, por exemplo, pode apresentar para o seu público um novo tratamento realizado com implantes dentários, mas sem trazer detalhes mais técnicos sobre como o procedimento funciona. O objetivo é apenas fazer com que essas pessoas saibam que essa alternativa existe.





Conteúdos de conexão

Estes conteúdos trazem **informações um pouco mais aprofundadas sobre um tema que já é de conhecimento geral**. Vamos tomar como exemplo mais uma vez a clínica odontológica, mas nesse caso com uma campanha voltada para pessoas que desejam fazer o clareamento dental.

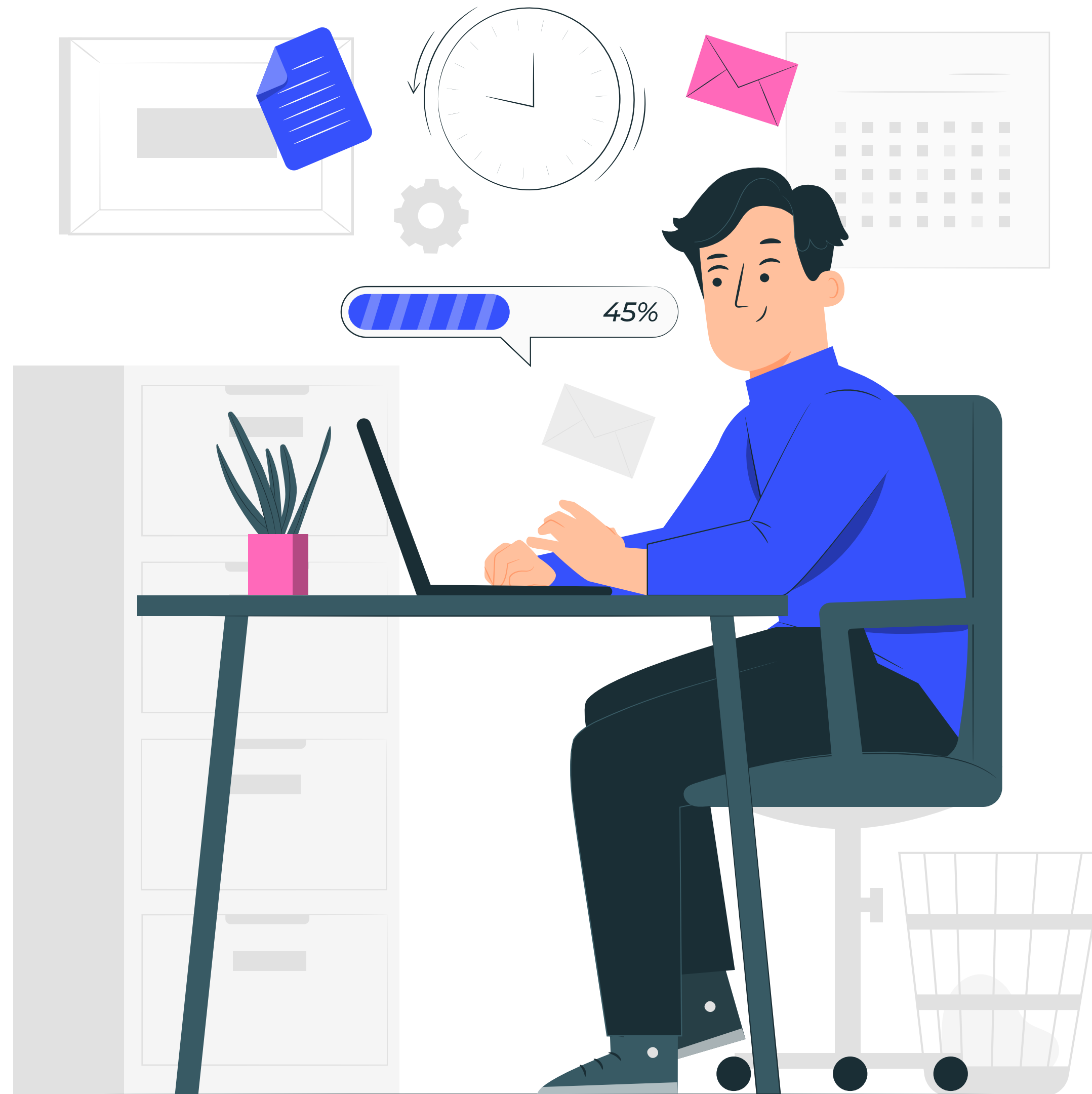
Essas pessoas sabem que existe a opção do clareamento de consultório e do caseiro, então, o microlearning é utilizado para apresentar com mais detalhes como funciona cada um deles, ou como acontece o tratamento naquela clínica, de modo que o público possa compreender o procedimento e entender qual dos dois é a melhor alternativa em seu caso.

Quais são as aplicações do microlearning?

Dentro de uma empresa, o microlearning pode ser aplicado como estratégia para preparar melhor a equipe, conforme já citamos, e também para gerar oportunidades de vendas. Veja mais detalhes nos tópicos a seguir.

Treinamento de colaboradores

É possível utilizar o microlearning para fazer o treinamento de colaboradores a fim de **atender demandas mais imediatas**. É o que acontece, por exemplo, quando surge uma nova tendência de mercado, quando é apresentada uma nova tecnologia, uma metodologia diferenciada, e assim por diante.





QUAIS SÃO AS APLICAÇÕES DO MICROLEARNING?

Como precisamos apenas complementar os conhecimentos desses profissionais, é possível realizar um treinamento rápido com o microlearning para atualizar a equipe. Mas também **podemos utilizar o método no dia a dia**, para lembrar de forma constante as políticas da própria organização, a fim de manter a equipe alinhada à cultura, aos valores e à missão do negócio.

Mais uma alternativa é aplicar essa estratégia para atender demandas sazonais. Pode ser, por exemplo, para preparar o time para as grandes campanhas de venda, como a Black Friday e o Natal.

Em vez de fazer um grande treinamento, podemos lançar pequenas pílulas de conhecimento de uma forma gradativa. Com isso, preparamos a equipe ao longo do tempo de uma forma eficiente, menos estressante e que pode ser melhor aproveitada pela pequena quantidade de informação disponibilizada de cada vez, o que é **mais fácil de assimilar**.

Oportunidades de vendas

Você também pode utilizar o micolearning como uma forma de **educar ou informar o seu público-alvo**. Ele é uma opção para suas estratégias de marketing de conteúdo, sendo aplicável em todos os estágios do funil de vendas.

Essas campanhas têm por objetivo disponibilizar informações úteis e relevantes para o público. Logo, sua empresa tem a oportunidade de **reforçar a própria autoridade e ganhar credibilidade** por meio do compartilhamento de pílulas de conhecimento relacionadas ao seu setor de atuação ou às soluções que são disponibilizadas. É dessa forma que você consegue atrair e nutrir leads para que ele sejam convertidos e se tornam clientes.

Ou seja, com o micolearning conseguimos gerar mais oportunidades de vendas para uma empresa, além de fazer com que ela se torne referência no seu segmento. Tomando mais uma vez como exemplo o TikTok, entre os muitos conteúdos dessa plataforma, encontramos diversas receitas rápidas.

Estabelecimentos do ramo de alimentação podem aproveitar esse formato de conteúdo para divulgar os seus próprios produtos entre os ingredientes das receitas. Ou então, um restaurante pode trazer pequenas dicas de culinária como segredos dos seus próprios pratos, e assim despertar o interesse das pessoas de conhecerem o local.

Como explorar esse formato na empresa?

Nos próximos tópicos, você vai conferir **quatro dicas para explorar o microlearning na sua empresa**. Vale ressaltar que elas são válidas tanto para o treinamento dos colaboradores quanto para as campanhas direcionadas para o público do seu negócio. Confira!



Escolha o tema que será abordado

Antes de tudo, é preciso definir qual tema será abordado na sua estratégia de microlearning. Mas para isso também é **necessário estabelecer um objetivo**. Ele será aplicado para treinamento dos colaboradores ou será uma campanha direta para os clientes? Quais resultados pretende alcançar?

Você viu que no treinamento dos colaboradores podemos atualizar ou reciclar conhecimentos e também preparar a equipe para um momento específico. O ideal é estabelecer o objetivo desejado para observar quais são as necessidades do time e, assim, aplicar o microlearning de modo que consiga atender essas demandas de uma maneira satisfatória.

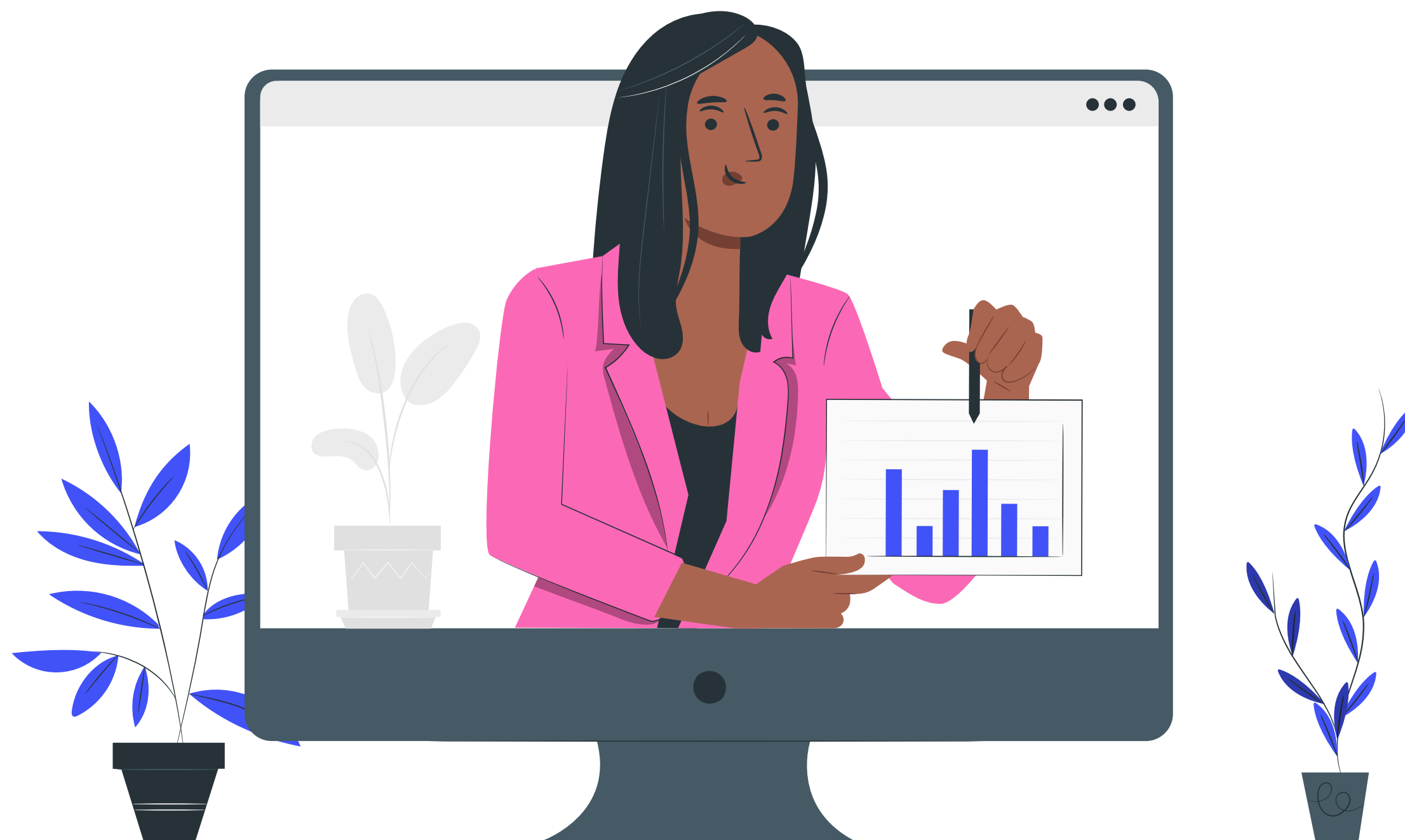
Isso porque será preciso fornecer o treinamento correto, que vai ajudar a atingir os resultados esperados. Com relação às campanhas para os clientes, também precisamos estabelecer os objetivos para definir os temas que vão promover o engajamento que queremos alcançar.

Faça a adaptação do conteúdo

Depois de escolher o tema, **levantamos as informações mais relevantes sobre ele e que precisarão ser transmitidas** por meio do microlearning. Vamos fazer um resumo desse tema, já que ele precisa ser passado de uma forma simples e direta.

No entanto, podemos fazer uma divisão ainda mais eficiente, fracionando o conteúdo em pequenas partes que serão compartilhadas no momento certo. Assim, em vez de um conteúdo denso, levamos uma informação concisa e, ao mesmo tempo, muito rica e adaptada ao formato rápido.

Por isso é tão importante ter um objetivo bem definido. Dessa forma você conseguirá **eliminar as informações que não são relevantes no momento**, dando preferência para aquelas que precisam ser trabalhadas no conteúdo.



Defina qual ferramenta será utilizada

Explicamos que o microlearning é um método de ensino que costuma ser utilizado na modalidade a distância. Isso acontece porque, como você já sabe, o objetivo é fornecer informações rápidas.

Pensando no treinamento de colaboradores, por exemplo, não é viável para a empresa fazer um encontro presencial para uma palestra que vai durar de 5 a 10 minutos. É preferível que ela esteja disponível em uma plataforma virtual.

Logo, para implementar o microlearning na sua empresa, é preciso definir qual ferramenta será utilizada para compartilhar as informações. Não existe certo ou errado. **O ideal é analisar as alternativas disponíveis para escolher aquela que atende melhor a campanha que você está lançando.**

Já falamos a respeito do Twitter e do TikTok, duas redes sociais focadas no compartilhamento de micro conteúdos. Mas você também pode trabalhar o microlearning no Instagram ou por meio de aplicativos de mensagem.

Mais uma alternativa, nesse caso voltada para a educação organizacional, é fazer uma parceria com **plataformas educacionais**. Dessa maneira, você pode compartilhar os cursos, as palestras e outras informações em um ambiente de aprendizagem.

Além disso, tem a possibilidade de criar módulos ou sessões sobre temas específicos, para direcionar os colaboradores de acordo com as suas necessidades e conforme as estratégias da própria organização.

Trabalhe com diferentes formatos

Existem diversos formatos de conteúdo que podemos utilizar para explorar o microlearning. Já não é novidade que os vídeos são uma dessas alternativas, mas eles não precisam ser gravados em poucos minutos. **O segredo, nesse caso, está na edição.**

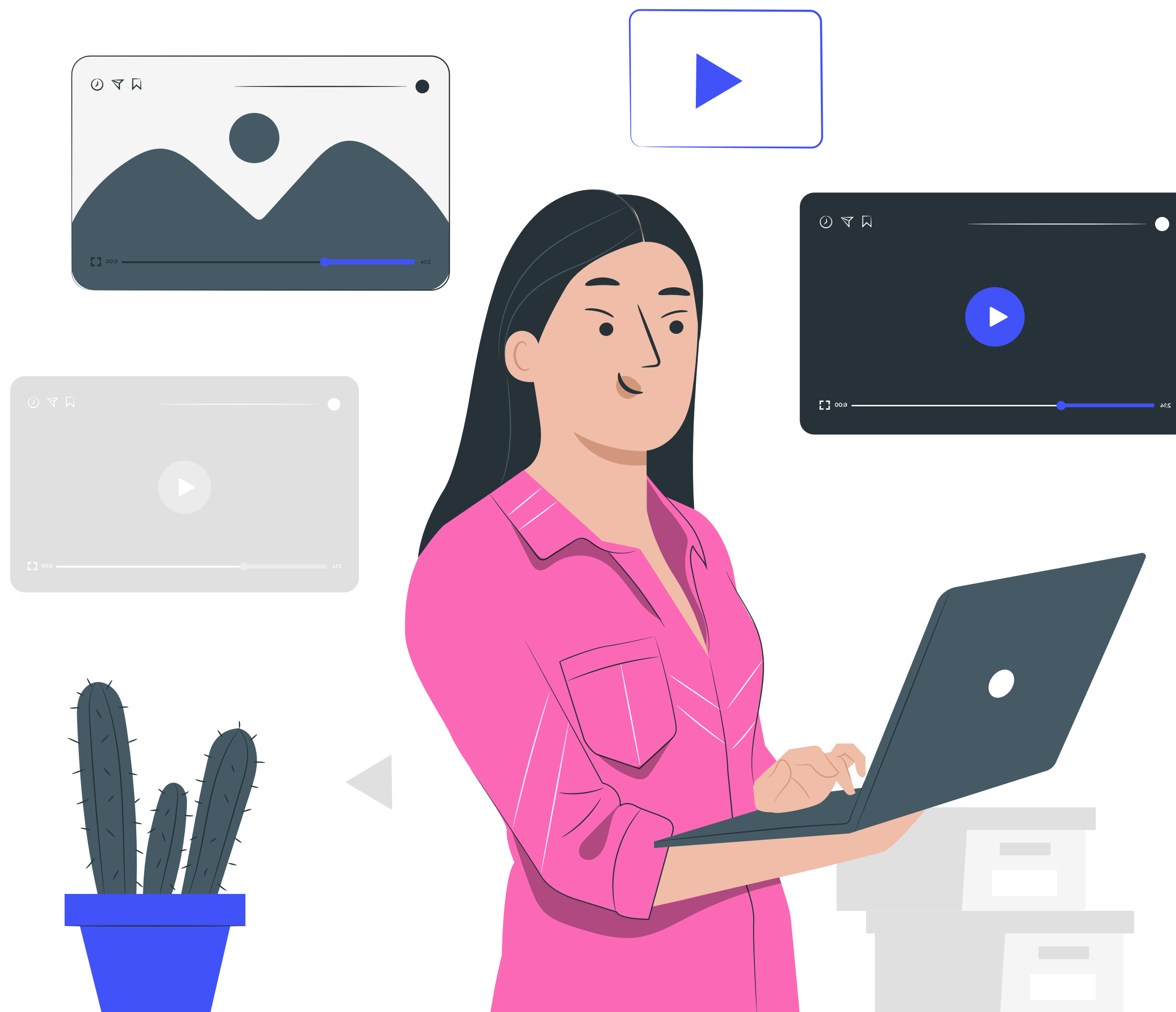
A gravação pode ser longa para que tudo seja feito com tranquilidade e precisão. Antes de publicar o vídeo, ele será editado para eliminar as partes desnecessárias e dar mais destaque para as cenas importantes, até mesmo acelerando as imagens para que o conteúdo fique ainda mais curto.

Também vale criar tutoriais práticos e ainda infográficos, que trazem a informação de uma maneira resumida e muito visual, inclusive, com a inserção de dados e números que facilitam a interpretação.

As apresentações são outra alternativa para focar nas informações importantes e favorecer o consumo do conteúdo. Por fim, você pode utilizar **os podcasts** para o compartilhamento da informação em formato de áudio.

A escolha do formato vai depender da estratégia de implementação do microlearning e também da ferramenta que você escolheu, além das preferências do público que vai consumir esse conteúdo.





Conclusão

Hoje em dia, é fundamental buscar a produtividade para fazer mais com menos recursos e em menor tempo. O microlearning se encaixa nessa realidade e vem como um grande aliado para você trabalhar estratégias internas do seu negócio, além de lançar campanhas para o público.

Nas duas situações, **quem sai ganhando é a sua empresa.** Afinal, uma equipe bem preparada é muito mais eficiente e consegue gerar e aproveitar as oportunidades que surgem. Ao mesmo tempo, quando criamos conteúdos com foco em atrair, informar ou entreter o público, cultivamos uma relação positiva com essas pessoas.

Também colocamos a marca evidência, além de criar uma imagem que gera muito mais confiança e credibilidade. Isso permite converter mais clientes e aumentar o volume de vendas. Portanto, é uma ferramenta interessante para você explorar no seu negócio e gerar oportunidades.



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.