

W H I T E P A P E R

Formation professionnelle : 6 tendances à suivre en 2019



TABLE DES MATIÈRES



Aligner formation et décisions stratégiques

p3



Cartographier les compétences réelles de la structure

p4



Personnaliser les parcours de formation

p5



Gamifier, gamifier, gamifier

p6



Faire rayonner votre marque employeur

p7



Diversifier l'accès aux formations avec le digital learning

p8



Conclusion

p8

1. Aligner formation et décisions stratégiques

C'est presque une évidence, mais qu'il est nécessaire de rappeler : **l'action de formation doit être cohérente avec les décisions stratégiques de l'entreprise.**

C'est à la direction et au service des ressources humaines de déterminer ensemble les objectifs de la formation et les axes stratégiques généraux dans lesquels ils s'inscrivent, pour ensuite développer les compétences nécessaires à leur atteinte.

Selon une enquête réalisée en 2018, intégrer la formation à la culture de l'entreprise et communiquer clairement sur le lien entre objectifs de formation et objectifs généraux booste la motivation des salariés. Avoir conscience de contribuer à une vision à long terme réduit par ailleurs le risque de voir le salarié partir à l'issue de sa formation. Les objectifs d'une formation ne peuvent en revanche pas être définis sans une vision fiable de la situation de laquelle part l'entreprise et celle à laquelle elle devrait parvenir.



2. Cartographier les compétences réelles de la structure

Les entreprises ne connaissent souvent pas précisément les niveaux et besoins réels de leurs collaborateurs et se contentent de former les individus qui en font la demande. Dans un premier temps, il sera conseillé de mettre la formation à disposition de tous les employés afin de mesurer leur niveau, leurs besoins, leurs motivations et leur réceptivité au digital learning. Ainsi, après avoir cartographié les compétences et les besoins, vous pouvez vous focaliser sur les groupes qui auraient besoin d'un complément au self-learning et leur proposer des solutions d'apprentissage personnalisées (cours individuels, social learning,...), cohérentes avec le budget et proportionnées aux besoins réels.

Prenons l'exemple d'une formation en anglais:

Comment cartographier les besoins linguistiques de votre société ? La réponse tient en deux mots : Big Data.

À titre d'exemple, une solution digitale comme 7Speaking vous permet de :

- **Déterminer** la nature et la fréquence des situations professionnelles où le salarié a besoin de communiquer en anglais,
- **Mesurer** instantanément l'impact du niveau linguistique de vos salariés sur leur productivité,
- **Identifier** les salariés les plus éloignés de leur niveau opérationnel,
- **Visualiser** en quasi temps réel les données apprenants sur la formation linguistique proposée (assiduité, progression, absences...).
- **Analyser** en temps réel la progression et l'engagement des employés dans toute l'organisation, c'est la garantie d'un meilleur ROI pour la formation.

3. Personnaliser les parcours de formation

Le temps où faire du contenu suffisait pour espérer obtenir une bonne progression est révolu. Désormais, pour qu'un programme de formation soit efficace, il doit se focaliser sur l'apprenant.

Considérez vos employés comme vos clients. De la même manière que vous proposez des produits et services correspondant exactement aux besoins et caractéristiques de vos clients, vous pouvez offrir aux salariés des formations qui correspondent exactement à leurs besoins, à leur niveau réel et à leur rôle. Avec l'Adaptive Learning, un employé dont l'utilisation de l'anglais ne sera qu'occasionnelle pourra se voir attribuer un parcours en self-learning adapté à son niveau et ses envies, tandis qu'un cadre ayant des besoins opérationnels et stratégiques de

communication orale pourra se voir attribuer des cours individuels supplémentaires.

”

Les sciences cognitives nous ont beaucoup appris ces dernières années sur les méthodes pédagogiques les plus efficaces.

Les plateformes digitales, incluant de l'intelligence artificielle et l'analyse en temps réel de la progression des apprenants, permettent ainsi de mettre à profit de nouvelles méthodes adaptatives pour accélérer la progression des employés et augmenter le ROI des formations (e-CLIL, 70-20-10, etc.).



4. Gamifier, gamifier, gamifier

Presque toutes les plateformes de Digital Learning intègrent aujourd'hui le concept de gamification, c'est-à-dire l'application de mécanismes ludiques à la formation. Classements entre apprenants, mais aussi badges, récompenses, partage de la progression... il existe de nombreuses techniques pour rendre le contenu plus ludique et plus motivant.

Les avantages sont multiples : les apprenants s'investissent davantage dans la formation et dans l'atteinte des objectifs. Les badges,

scores ou récompenses leur donnent un feedback immédiat, ce qui leur permet de mesurer leur progression tout en restant dans le rythme de l'apprentissage. Le plaisir d'apprendre est là, incitant les apprenants à revenir et augmentant ainsi le taux de complétion des formations.

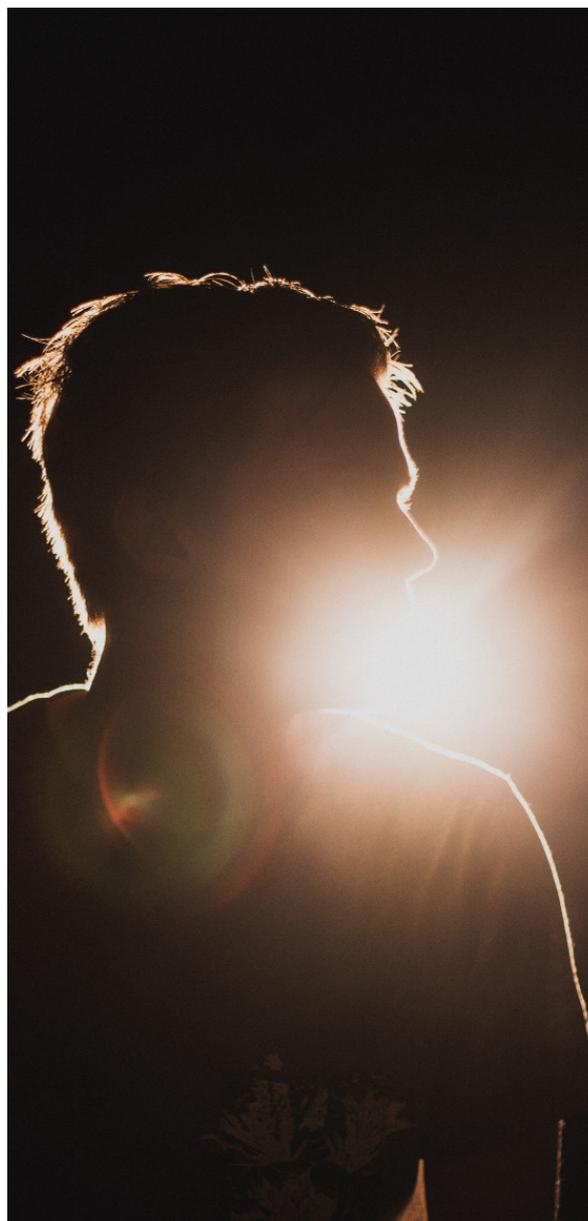
Une publication d'Accenture nous révèle ainsi qu'apprendre par le jeu peut augmenter la rétention de **108 %** et constitue un moyen efficace d'améliorer l'engagement des apprenants.



5. Faire rayonner votre marque employeur

La formation, un élément de différenciation essentiel pour votre entreprise ? Oui ! Les employés accordent une grande importance aux possibilités de formation qui leur sont offertes. Ils attendent de leur entreprise qu'elle leur donne les moyens de se former en continu pour s'améliorer, trouver leur vocation, et atteindre un sentiment d'accomplissement. C'est particulièrement vrai chez les millenials : contrairement à leurs aînés, ils sont moins susceptibles de rester plusieurs décennies au sein d'une organisation. Une entreprise qui leur permet de développer leurs compétences gagnera donc du crédit à leurs yeux. La formation est un outil formidable pour attirer les meilleurs talents, notamment chez les jeunes générations, fidéliser vos employés et faire rayonner votre entreprise en interne.

Pour cela, les solutions digitales nouvelle génération ont du potentiel : **flexibiliser** les modalités de formation, **optimiser** l'utilisation du temps des employés et permettre à tous de **se former partout, tout le temps**.



6. Diversifier l'accès aux formations avec le digital learning

Selon une étude publiée par LinkedIn en 2018, le manque de temps constitue le frein numéro un à la formation. Comment faire en sorte que les employés puissent trouver le temps d'apprendre ? En multipliant les points d'accès à la formation grâce au digital learning.

Avec le **mobile learning**, les salariés peuvent poursuivre leur formation sur smartphone ou tablette, y compris lorsqu'ils ne se trouvent pas dans les locaux de l'entreprise. Ils ne sont également pas contraints de suivre une formation pendant les horaires de travail, qui impactera la productivité de l'entreprise.

Avec le **microlearning**, ils peuvent apprendre par créneaux de 5, 10 ou 15 minutes (pendant leurs déplacements, par exemple).

Avec le **social learning**, les échanges en

groupes sur plateforme digitale sont autant d'opportunités (motivantes et engageantes) de développer ses compétences dans un environnement collaboratif. Le modèle 70/20/10 révèle d'ailleurs que la formation traditionnelle représente seulement 10 % d'un apprentissage, contre 20 % pour les échanges entre pairs, les 70 % restants étant couverts par la pratique et l'expérience.

”

Multiplier les points d'accès assure par ailleurs une meilleure continuité de la formation.

La répétition espacée des concepts (théorie de la courbe de l'oubli d'Ebbinghaus) permet une meilleure rétention, et donc une meilleure efficacité de la formation.

7. Conclusion

A notre avis, tout concourt à ce que le distanciel (majoritairement intégré avec le présentiel), continue sa progression en devenant d'ici 3 à 5 ans, la modalité dominante de la formation professionnelle linguistique (grâce notamment à la richesse des nouvelles technologies et à l'arrivée dans les entreprises des digital natives). En effet, le présentiel en face à face répond encore à un besoin réel des apprenants et des entreprises (accompagnement humain,

personnalisation, dynamique de groupe).

Ces 6 tendances de la formation que nous avons dégagées ici s'articulent autour de concepts communs : la personnalisation, la vision, et la meilleure utilisation possible des outils technologiques. Tout cela ne constitue que quelques-unes des possibilités offertes par le digital learning.

À vous de les explorer !

Le e-learning 2.0 – un nouveau boost pour le e-learning en autonomie

Le e-learning 2.0, d'abord expérimenté sur le marché B2C, tente de relancer le concept de

l'apprentissage en autonomie, en corrigeant les inconvénients du e-learning 1.0 grâce à une palette pédagogique beaucoup plus riche et personnalisée.



Défauts du e-learning 1.0

Exercices trop mécaniques, peu motivants

Activités artificielles, éloignées des situations réelles d'utilisation de la langue

Exercices et programmes trop standardisés, pas assez personnalisés pour motiver les apprenants

Formation non accessible hors des horaires de travail

L'apprenant a du mal à se motiver et souhaite un contact humain.

Durée des activités et exercices proposés trop chronophages.



Réponse du e-learning 2.0

Introduction du concept de **GAMIFICATION** (ludification) - l'utilisation des mécanismes du jeu dans des applications d'apprentissage. Les pionniers dans ce domaine viennent du B2C, mais quasi toutes les plateformes d'elearning professionnel intègrent désormais ce concept.

Les **SERIOUS GAMES** : des jeux interactifs avec des avatars qui tentent de simuler des situations réelles commencent à émerger.

Avec son module Professional Skills, 7Speaking a été l'une des premières plateformes digitales à intégrer l'approche CLIL (en français EMILE), qui rapproche langue et monde professionnel en associant simultanément l'apprentissage d'une compétence à un apprentissage linguistique.

L'**ADAPTIVE LEARNING** permet d'adapter l'apprentissage à chaque apprenant et de personnaliser les parcours en utilisant des algorithmes et l'intelligence artificielle. De plus en plus de plateformes professionnelles « classiques » adoptent désormais cette technologie inexistante dans le elearning 1.0.

Avec le **MOBILE LEARNING** notamment, les salariés peuvent poursuivre leur formation en mobilité. La continuité de la formation est ainsi assurée entre les différentes modalités : elearning, mobile, cours individuels...

Le **SOCIAL LEARNING** réunit les apprenants dans des forums, webinaires et classes virtuelles ce qui les encourage à s'entraider, voir à pratiquer les langues entre eux. Cette approche est également de plus en plus adoptée par les plateformes grand public et dans le BtoB, notamment par 7Speaking.

Le **MICROLEARNING** (modalité qui fractionne l'apprentissage en petit modules quotidiens de 10 à 15 minutes), est une simple technique permettant de rythmer l'apprentissage de manière plus digeste. Selon certains spécialistes des neurosciences on mémorise bien mieux qu'avec l'apprentissage « concentré » de la formation traditionnelle. D'après ces experts, cette approche renforce considérablement la motivation et l'engagement.

Celui-ci ne devrait donc pas disparaître mais, s'intégrer de plus en plus à des fonctionnalités digitales.



Contact

7SPEAKING SAS

16-18 rue Guillaume Tell

75017 Paris

Tél : +33 1 44 75 09 77

contact@7speaking.com

www.7speaking.com

CONTACTEZ-NOUS