



CEGID HR | PARIS
CONNECTIONS | 9 JUIN 2016

**LES RESSOURCES HUMAINES
FACE À LA TRANSFORMATION DIGITALE**



La formation professionnelle en évolution digitale

→ Intervenants



**Loïc
RAYNAUD**
Senior Manager
ConvictionsRH

Consultant RH en organisation et technologies de l'information
→ loic.raynaud@convictionsrh.com



**David
COLLA**
Directeur Commercial
Cegid-Technomedia

Direction des ventes
Technomedia France
→ david.colla@technomedia.com



**Nathalie
RIVIÈRE**
Consultante avant-vente
Cegid-Technomedia

Consultante en gestion du capital humain pour la solution Technomedia
→ nathalie.riviere@technomedia.com

Agenda

- Introduction
- Les formats réinventés
- Des approches repensées
- Un équilibre et une stratégie à inventer



Est-ce que les collaborateurs veulent apprendre différemment ?

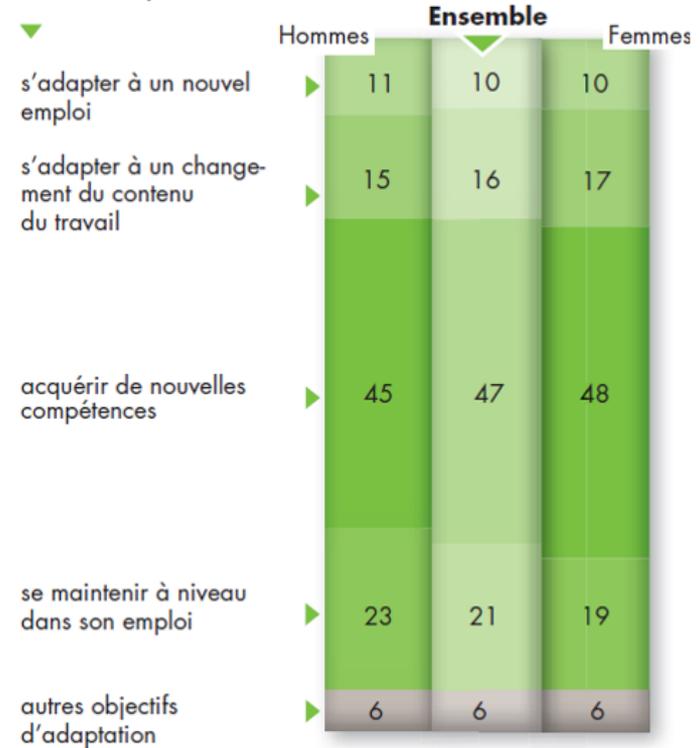


Des objectifs de formation inchangés

Objectifs de la formation

77 % des formations visent à être plus à l'aise ou plus efficace dans son travail.
Parmi elles, part de celles visant à ...

%



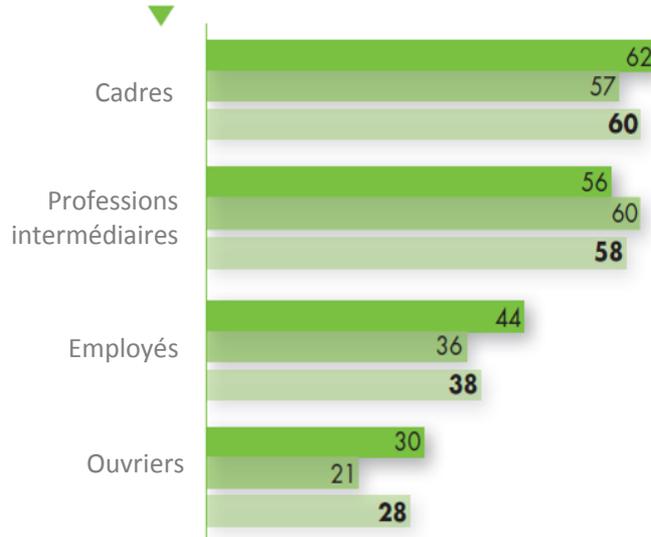
Source : <http://www.cereq.fr/index.php/articles/Enquetes-FC/Tableaux-et-graphiques-FC-2006>

Le défi des populations

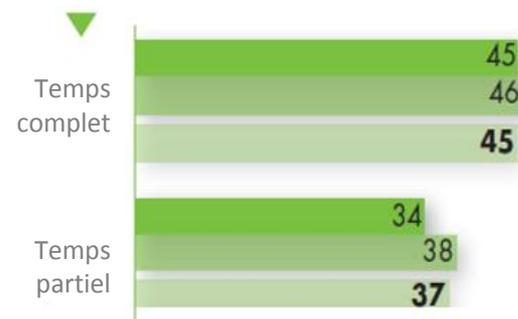
Taux d'accès à la formation

Part des salariés ayant participé à au moins une formation

selon la catégorie socioprofessionnelle %



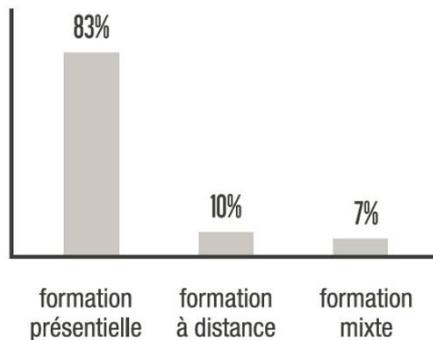
selon le temps de travail %



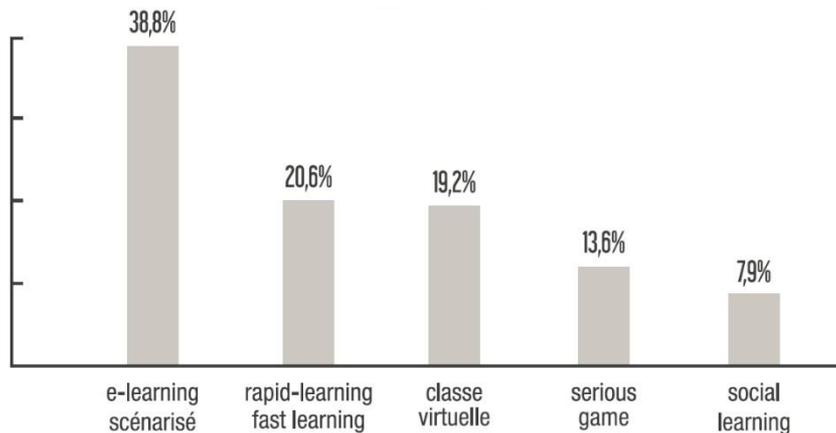
■ Hommes
■ Femmes
■ Ensemble

Source : <http://www.cereq.fr/index.php/articles/Enquetes-FC/Tableaux-et-graphiques-FC-2006>

La répartition des actions de formation



Modalités de mise en œuvre dans les dispositifs



Les modalités digitales,
nouveau casse-tête ou
renouveau de la
formation ?

D'après-vous, pourquoi la formation en France est-elle encore majoritairement organisée en présentiel ?



Contraintes

Pas de pratique

Contenus
théoriques

Difficile
d'apprendre
des savoir faire

Déshumanise la
formation

Pas de
référent

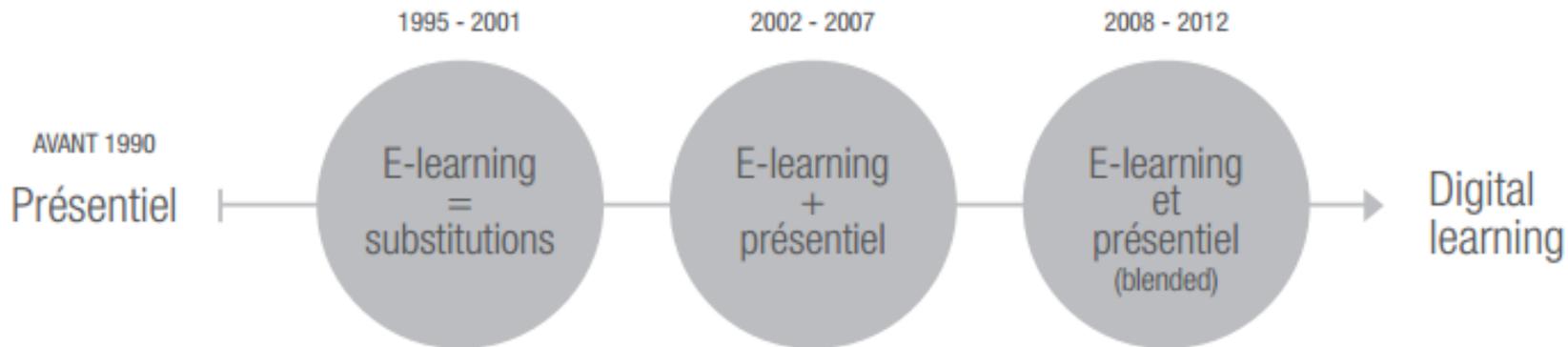
Echanges
limités

Contenu
trop standards,
pas adaptés

Générique
pour diffusion
massive

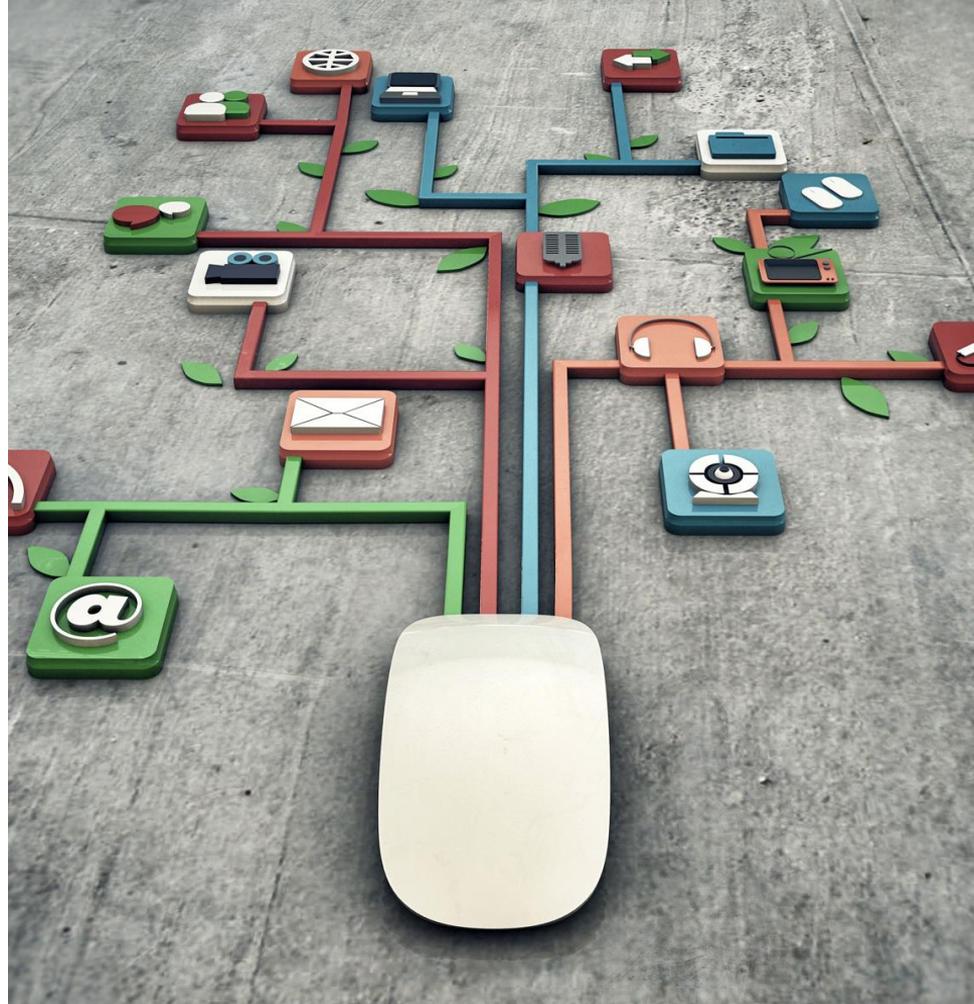
Difficile pour
répondre à un
besoin précis

L'évolution des méthodes digitales



Agenda

- Introduction
- Les formats réinventés
- Des approches repensées
- Un équilibre et une stratégie à inventer



Qu'attendez-vous des nouveaux formats d'apprentissage digitaux?



Des formats plus courts et plus riches

Le constat

Influence du web 2.0
provenant de la sphère
privée

Concurrence des formats
gratuits en ligne

ATAWAD
Any Time Any Where Any Device

Logique d'immediaté et de
consommation

Contenus identifiables très
rapidement,
en « push » ou en suggestion.



Les formats de contenus « revus »



E-learning

Des e-learning plus dynamiques et accessibles partout,
tout le temps conçu POUR le nomadisme et la mobilité



Vidéos

Des vidéos courtes, en format série, montées et
diffusées rapidement.
Des formats de moins de 5 minutes pour conserver
l'attention



Les « rich medias »

Des formats simples et interactifs
L'apprenant est libre de ne consommer qu'en fonction
de ses sujets d'intérêt



MOOC, COOC et SPOC

M *assive*

C *orporate*

S *mall*

O *nline*

O *pen*

O *nline*

P *private*

C *ourse*

- ✓ Inscriptions massives mais 86 % d'abandon
- ✓ Trop peu d'accompagnement et de pédagogie pour un savoir « grand public »

- ✓ Entre formation et communication Corporate
- ✓ Trop massif pour diffuser les expertises spécifiques

- ✓ Mixte entre COOC et Elearning
- ✓ Effectif réduit pour plus de suivi
- ✓ Pertinence à confirmer

Au-delà des acronymes qui se démultiplient (on parle même à présent de SOOC : Small Online Open Course), le point clé de la réussite est l'utilisation pédagogique intelligente du format.

Pour qui ?

Quel type de savoir ?

Quelles interactions ?

Quels relais ?

Quelle finalité ?



Les mots clés : online, cible, pédagogie

Le Serious Game

A mi chemin entre diffusion de savoir, jeux en ligne et réalité virtuelle

Objectif d'un Serious Game



Inviter l'utilisateur à interagir avec une application informatique dont l'objectif est de combiner des aspects d'enseignement, d'apprentissage, d'entraînement, de communication ou d'information, avec des ressorts ludiques et/ou des technologies issus du jeu vidéo.

Trois grands types de Serious Game



Serious Game à message : transmettre un message dans une visée éducative, informative, persuasive



Serious Game d'entraînement : améliorer les performances cognitives ou motrices des utilisateurs



Serious Game de simulation ou Serious Play : ne cherchent pas à évaluer les utilisateurs et offrent donc un panel ouvert d'usages



Exemple

« *Do you speak digital* »: un COOC gamifié*

Pourquoi un COOC ?

- Un format innovant pour susciter la curiosité
- Un format digital, pour parler du digital
- Le choix d'un COOC pour un sujet qui s'adresse à tous
- Un format épisode bimensuel pour conserver la dynamique et privilégier des formats courts



Les + pédagogiques

- Une dimension collaborative, immersive et orientée « gamification » pour fluidifier l'acquisition et le test des savoirs
- Une interface pensée « à la Facebook » pour renforcer la dimension sociale
- Des « coach digitaux » pour faciliter l'accompagnement pédagogique



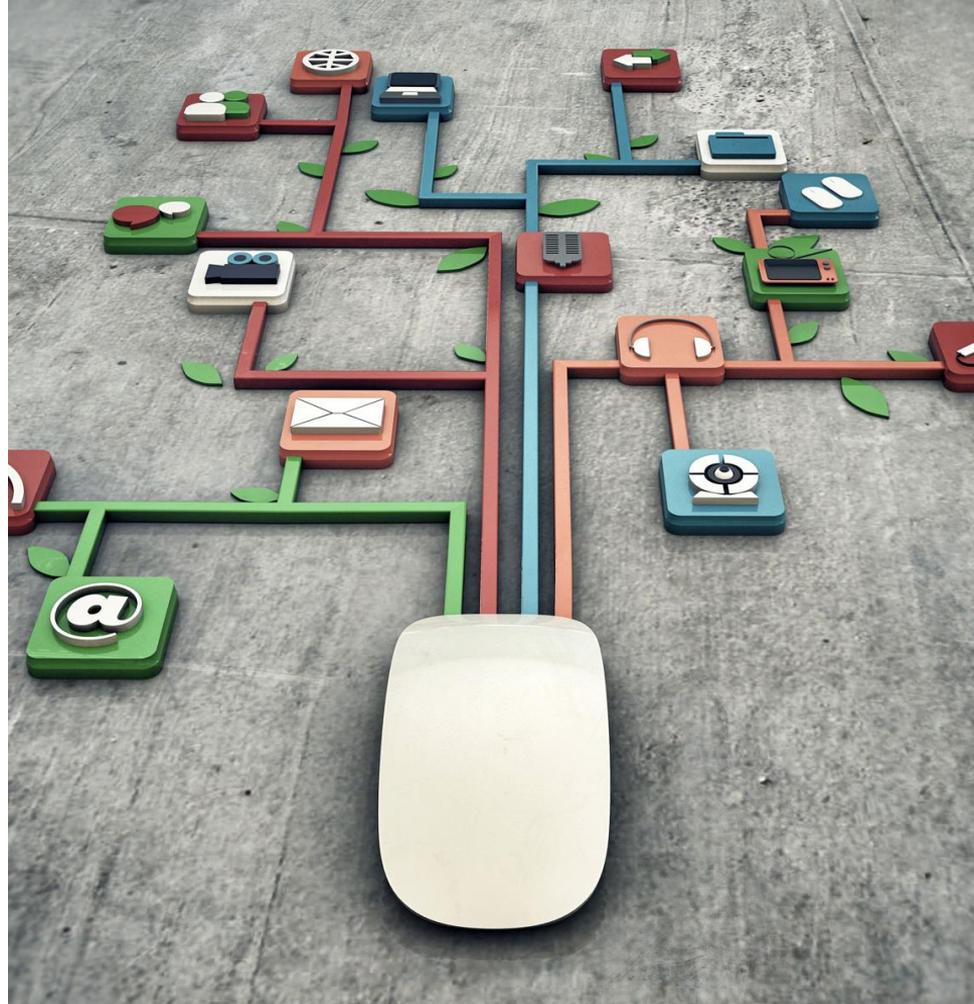
*<https://www.axa.com/fr/newsroom/actualites/accompagner-talents-ere-digital>

Quelles pratiques des modalités digitales?



Agenda

- Introduction
- Les formats réinventés
- Des approches repensées
- Un équilibre et une stratégie à inventer





Des approches repensées

- Les modes d'apprentissages sociaux
- Les supports digitaux appliqués aux formats présentiels
- Le blended learning

Selon vous comment évolue le rôle de la formation et du formateur ?



Les modes d'apprentissages sociaux

Le digital au secours du



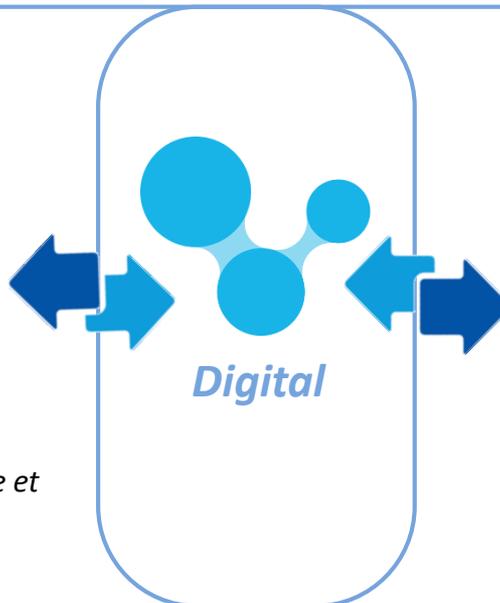
Social Learning

Poursuite des échanges et du partage des acquis au-delà de la salle de formation.

L'apprenant **est au sein d'un groupe** partageant les mêmes objectifs d'apprentissage

Les compétences et les découvertes de chacun **enrichissent l'apprentissage des autres**

Difficulté : disposer des ressources pour faire vivre et dynamiser les communautés d'apprenants



Le reverse mentoring

Des transferts de savoir informels mais organisés, où les rôles de formateurs et d'apprenants se croisent et se mélangent

Permettre d'appréhender la richesse offerte par les nouveaux outils digitaux

Très en vogue dans les grands groupes : Orange, AXA, Danone, IBM, la SNCF...

Difficulté : des cultures d'entreprises s'inscrivant en faux

Les supports digitaux appliqués aux formats présentiels



Le présentiel virtualisé

Qu'est ce que c'est ?

Une classe dématérialisée via des outils et fonctionnalités dédiées (tableau blanc, chat, vote, demande de parole...)

Quels apports ?

- Accessible depuis le monde entier
- Réduction des coûts et gain de temps
- Diffusion massive possible en asynchrone / webinar

Quelles conditions ?

- Une posture du formateur adaptée au support
- Des sessions courtes et des supports simples
- Priorités aux activités et à l'interaction



Le digital en support pédagogique du présentiel

De nouvelles interactions avec les apprenants dans l'espace traditionnel de la classe. Exemples :



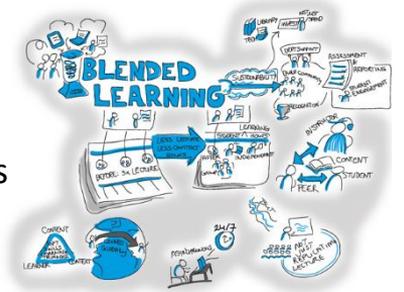
- Des outils pédagogiques participatifs favorisant l'interactivité en salle
- Des communications facilitées pré/post sessions
- La possibilité de mélanger présentiel et distanciel

- Complète l'animation en salle et ne la remplace pas
- Une préparation et une animation adaptée
- Favoriser la dimension ludique

Le blended learning



Une expérience riche ne se limite évidemment pas à l'utilisation d'une seule de ces modalités mais bien à une utilisation mixte et hybride de toutes. C'est l'approche proposée par le **Blended Learning** qui propose plusieurs modalités d'apprentissage cumulatives sous forme de parcours séquencé.



Présentiel



Distanciel asynchrone



Distanciel synchrone

Un format qui a fait ses preuves puisque le blended learning aurait été adopté par 53 % des entreprises

Ce chiffre cache néanmoins de fortes disparités entre les entreprises car toute la difficulté de ce mélange réside dans le juste équilibre des modalités

Agenda

- Introduction
- Les formats réinventés
- Des approches repensées
- Un équilibre et une stratégie à inventer



Un équilibre et une stratégie à inventer

- Le mix Learning et le rôle du L&D
- Coûts / volume vs pédagogie ?
- Démontrer l'apport de valeur à sa direction

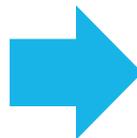
Le mix learning et le rôle du L&D

La réussite du digital learning réside dans l'imbrication subtile du présentiel et des modalités digitales



Le mix learning et le rôle du L&D

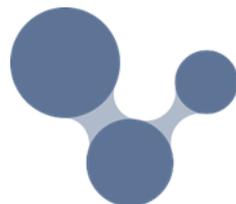
Du formateur qui délivre



Au L&D qui prescrit



- ✓ Collecte les besoins
- ✓ Identifie les prestataires
- ✓ Organise les sessions
- ✓ Administre et enregistre
- ✓ Reporte sur la volumétrie



*Evolution des
pratiques,
attentes et
« push »
digital*

- ✓ Anticipe les besoins
- ✓ Conçoit les modalités
- ✓ Créé les conditions d'apprentissage
- ✓ Anime les communautés
- ✓ « Market » l'offre

Coûts / volume vs pédagogie ?



Réduction des budgets

Croyance que la digitalisation est systématiquement source de baisse de coûts

Croyance que le digital est simple à mettre en place



La digitalisation génère le plus souvent un surcoût au démarrage

Induits plusieurs pré-requis

Nécessite une phase d'apprentissage des équipes RH et d'appropriation des apprenants



Un vrai gain lorsque la cible est atteinte

Une recherche d'amortissement impérative

Faire prévaloir peu de formations digitale apportant une valeur pédagogique

Démontrer l'apport de valeur à sa direction



A retenir

- Quelles sont les idées principales que vous avez retenues ?



A man in a suit is shown from the chest up, holding a tablet. The image is semi-transparent, revealing a cityscape with tall buildings and a river in the background. The scene is bathed in a warm, golden light, suggesting a sunrise or sunset.

MERCI