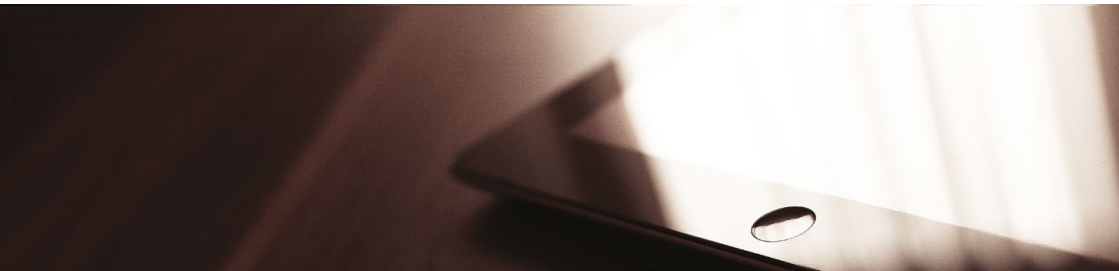


LIVRE **BLANC**

INTÉGRER LE DIGITAL LEARNING

La mutation technologique des services formation



Jérôme Bruet

L'auteur

> JEROME BRUET

Jérôme Bruet a commencé sa carrière comme enseignant dans le domaine de la pédagogie pluridisciplinaire à l'IUFM de Nantes.

Il développe au cours de cette expérience professionnelle un véritable savoir-faire en ingénierie pédagogique. Il se spécialise ensuite dans le domaine de la formation à distance et dirige l'élaboration de plusieurs CD-ROM pour des maisons d'édition.

Fort de ses compétences de pédagogue, il fonde et dirige en 2002 la société e-doceo, devenue leader français de logiciels et services dédiés à la formation blended learning (en présentiel et à distance). e-doceo fusionne avec Talentsoft en 2016 et devient Talentsoft Learning.

Aujourd'hui, l'expertise de Jérôme Bruet dans le domaine de la formation n'est plus à démontrer et il s'attache à transmettre son savoir au travers de différentes études.

Après avoir conceptualisé le principe de « capital pédagogique » lors d'un précédent ouvrage, il s'attache dans ce livre, à exposer le concept précurseur de « digital learning », terme dont il a dessiné les contours au cours de ces dernières années.

SOMMAIRE

Avant-propos	4
Un peu d'Histoire...	5
Fin 90, début 2000	5
De 2002 à 2007	6
De 2008 à 2012	6
Aujourd'hui	7
Digital, la formation à la traine	8
Qu'est-ce que le digital learning ?	11
Mettre en place une politique de digital learning	13
Les bénéfices du digital learning	15
Informatiser votre capital pédagogique	18
> Le processus d'un acte de formation	18
> LCMS, des solutions informatiques au service de la matière pédagogique	19
Les 5 critères d'intégration du digital learning	21
A propos de Talentsoft Learning	22

Avant-propos

« Rien ne prédispose plus au conformisme que le manque de formation » déclarait Gustave Thibon, philosophe. De façon sous-jacente et dans le monde professionnel, on peut dire que la formation fait évoluer les salariés, leur apporte de nouvelles compétences, les ouvre au monde. En ce sens et de manière générale, le changement induit est en lien direct avec la performance de l'entreprise. Les directions des ressources humaines et les services formation des entreprises doivent saisir cet enjeu et l'intégrer dans leur stratégie. Comment y arriver ?

Si le digital est maintenant partout et utilisé quotidiennement par les individus : smartphones, tablettes, et même montres, lunettes, etc. Il est encore peu présent dans le monde la formation. Pourtant les salariés sont demandeurs d'interactivité et de nombreuses modalités pédagogiques digitales existent déjà : jeux présentiels multimédias, e-learning, serious game, mobile learning, etc. La formation, telle que nous la connaissons, ne peut plus être dispensée de la même manière. A n'en pas douter, la forme digitale fera partie intégrante des nouveaux cursus des salariés de l'entreprise.

Cet ouvrage a pour objectif d'étudier la notion de « digital » appliquée à la formation. Nous vous expliquerons en quoi le numérique peut participer au succès de la montée en compétence de vos ressources humaines. Vous disposerez alors des éléments de réponse pour réussir votre entrée dans l'ère de ce que nous appellerons le « digital learning ».

Un peu d'Histoire...

> Fin 90, début 2000

Bien que les premières expériences d'apprentissage via un ordinateur remontent aux années 60, on peut considérer que l'apparition du e-learning sous une forme autre qu'expérimentale date du milieu des années 90. Les sociétés de conseil voient alors dans le e-learning un concept qui va, non seulement révolutionner la pédagogie, mais surtout être un formidable gisement financier. A en croire les études des grands cabinets de conseil d'alors, lancer une start-up dans le e-learning c'est s'assurer une success-story. Vent en poupe, les sociétés du web et du multimédia s'emparent de ce nouveau concept et se mettent à commercialiser des projets de formation en ligne hauts en couleur. Les fonds d'investissements financent sans difficulté les projets d'entreprises qui intègrent le concept de e-learning.

Le e-learning est vu comme une super production : on crée un module e-learning comme on crée un film. L'investissement de plusieurs dizaines de milliers d'euros pour concevoir une seule heure de formation en ligne se justifie d'autant plus que le e-learning est alors vu comme une modalité de substitution. Tous en sont persuadés, le e-learning va remplacer le présentiel. Cette croyance pédagogique alimente le mirage de l'eldorado financier car elle légitime la stratégie d'investissement et de retour sur investissement (ROI) à moyen/long terme que représente le e-learning.

Toutefois, le succès est de courte durée. En 2001, l'explosion de la bulle Internet fait écrouler le système comme un château de cartes. Dans un premier temps, les

fonds d'investissements se retirent, puis par voie de conséquence, les sociétés spécialisées en e-learning font faillite, et en bout de chaîne, c'est le client qui s'interroge sur la pertinence de son investissement e-learning. Ce dernier remet alors en cause autant le ROI que l'efficacité pédagogique du e-learning. A ce stade, le constat est sévère, le e-learning est un échec cuisant.

> De 2002 à 2007

Suite de cette bérézina, le marché voit apparaître de nouveaux acteurs, non plus issus du web, mais de la formation. Ces derniers remettent en cause deux principaux postulats. Le premier consiste à dire que ce n'est pas parce que « c'est beau et que ça bouge » que c'est bon sur le plan pédagogique. Le second est que le e-learning ne doit pas être vu comme une modalité de substitution mais comme une modalité différente. Autrement dit, certaines formations doivent être assurées en présentiel et d'autres en e-learning. Même si les sociétés échaudées par la première vague ont mis quelques années avant de ré-expérimenter la formation à distance, ces deux visions novatrices vont permettre de donner un nouveau départ au e-learning. Autour de 2005, le e-learning décolle vraiment et fait naître des prestataires de tailles importantes qui démontrent le modèle économique du marché du e-learning. Cependant, si le retour sur investissement arrive à être démontré, de nombreux doutes pédagogiques persistent. Le e-learning est-il vraiment aussi efficace que le présentiel ?

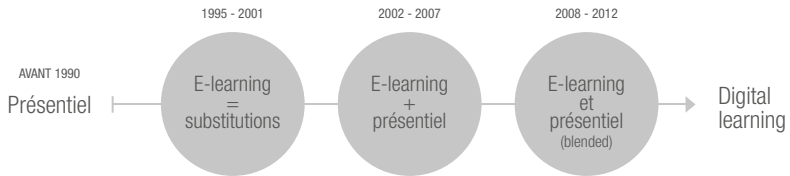
> De 2008 à 2012

Depuis plusieurs années, les pédagogues crient haut et fort une idée qui va finalement s'imposer sur le marché : le e-learning seul n'est pertinent que dans très peu de cas. En revanche, la combinaison de modalités d'apprentissage au sein d'un dispositif de formation répond à des fondamentaux pédagogiques largement démontrés. L'heure du blended learning ou de la formation mixte a sonné. On ne répond plus à un besoin de formation avec une seule modalité mais en combinant plusieurs. Le e-learning est-il une modalité ou une typologie de ressources. ?

Quid d'un jeu interactif utilisé dans une formation en salle ? Est-ce du e-learning ? Ou du présentiel ?

> Aujourd'hui

Le terme e-learning ne peut plus couvrir à lui seul l'ensemble des techniques de formations numériques actuelles. Il est donc important de recourir à un nouveau concept : le digital learning. Mais plus qu'un énième concept marketing, le digital learning correspond à une réelle transition, celle du passage de la technologie comme modalité d'apprentissage à la technologie comme outils intégrés au service de formation. C'est le passage de l'usage au moyen. Cette vision d'apparence technophile pourrait faire peur aux pédagogues. Au contraire, elle replace définitivement la technologie au niveau des moyens et non de la stratégie pédagogique.



Digital, la formation à la traîne

Si l'adjonction du mot « digital » au monde de la formation semble nouvelle, il n'en est rien sur bon nombre de secteurs de la vie quotidienne. Dans le marketing, le commerce, la presse ou encore la santé, le mot « digital » symbolise le passage au numérique dans une logique globale et intégrée.

L'exemple du e-commerce dans la grande distribution est intéressant et pourrait ressembler en de nombreux points à ce que la formation est en train de vivre. Il n'y a pas si longtemps, les magasins physiques se demandaient s'il fallait s'engager ou non sur la voie du numérique. Des *pure players*¹ du e-commerce sont apparus, démontrant que le commerce en ligne présentait un vrai modèle économique. Dans un premier temps, ce modèle se voulait de substitution, puis il est devenu complémentaire. Le monde de la distribution s'est rendu compte que le consommateur n'était pas aussi segmenté dans son mode d'achat. Bien au contraire, et pour faire le parallèle avec le monde de la formation, on peut dire que le consommateur achète désormais « blended ». Le prestataire idéal doit ainsi proposer : une boutique en ligne, des magasins physiques, une gestion du compte client en ligne, par carte magnétique, sur son smartphone, etc. L'acheteur veut une offre intégrée. Les grandes enseignes ont alors développé l'intégration du digital de manière cohérente et globale dans l'ensemble de leurs offres.

¹ L'expression fut utilisée à l'origine pour désigner une entreprise dont l'activité était exclusivement menée sur l'Internet. Par extension, elle permet de désigner une entreprise qui concentre ses activités sur un seul métier ou en tout cas sur un seul secteur d'activité.

Dans le secteur de l'audiovisuel, on trouve là aussi une succession d'étapes qui ont, petit à petit, conduit à développer une solution digitale intégrée. A l'arrivée des e-télévisions, les spécialistes du petit écran traditionnel y voient, au mieux une offre complémentaire, au pire une « non offre » considérant que cet usage ne ressemble en rien à ce qu'eux font. Quelques années plus tard, les grandes chaînes ont commencé à produire des programmes spécifiques pour le web. Caméras, journalistes, sujets... tout est différent. La logique industrielle du numérique a tout balayé. Aujourd'hui, la télévision est numérique et multicanale (télévision, ordinateur, smartphone, etc.).

Et que dire de la presse écrite ? Là aussi le numérique a révolutionné les usages avec un cheminement similaire. Les exemples sont nombreux. Au bout du compte, tous ces secteurs ont su puiser dans l'intégration du digital une force qui a su les rendre plus réactifs, plus performants sur leurs métiers. Le digital a dynamisé ces secteurs. Ils ont dû (parfois dans la douleur) réinventer l'industrialisation de leur métier, mais en aucun cas, en modifier les fondamentaux. Les règles du commerce, du journalisme ou du marketing n'ont finalement que très peu évolué. L'outil change et demande de s'adapter, mais les règles de l'art les plus fondamentales n'évoluent pas ou très peu.

Quelles conclusions tirer de ces différents exemples si on les projette au monde de la formation ? Bien évidemment, il est difficile d'énoncer des certitudes lorsqu'il s'agit de prospective. Mais, il est aussi difficile de croire que la formation est à ce point différente qu'elle échappe à ce phénomène. En revanche, la formation, ou plutôt ses formateurs, ont une peur farouche du mot industrialisation. C'est tout à leur honneur. Les apprenants ne sont pas des produits et ne peuvent être façonnés dans une quelconque chaîne industrielle. La pédagogie demande de prendre en compte l'apprenant, de le mettre au centre du dispositif. C'est une approche artisanale, pas industrielle. Les formations modernes doivent être individualisées et demandent une analyse fine du formateur pour bâtir des programmes adaptés. Tout cela est vrai, mais il y a confusion dans le sujet qui est industrialisé.

En formation, l'industrialisation est comprise par beaucoup comme celle de la pédagogie. Or, il s'agit d'industrialiser les outils qui supportent toutes les pédagogies. L'enjeu est donc bien de s'équiper d'une solution technologique qui soutient toutes les stratégies du formateur. Une chaîne numérique qui soutient l'innovation et la personnalisation des démarches pédagogiques. Par exemple,

le créateur de haute couture, symbole de l'artisanat et de la mise au centre de ses clients, utilise lui aussi les toutes dernières technologies (logiciels, matières) pour augmenter la performance de ses créations.

Limiter la force du numérique au seul intérêt de l'innovation pédagogique, c'est limiter l'ampleur de la révolution numérique dans la formation. On ne peut pas faire comme si le e-commerce n'avait pas rattrapé le commerce traditionnel et était resté un bastion d'innovation. Le digital a envahi ce secteur, non pas par la vente en ligne, mais parce que l'efficacité pour l'utilisateur final d'une solution globale est sans commune mesure avec des offres segmentées. Elle permet d'accéder au produit dont on a besoin, plus vite, de n'importe où, n'importe quand. Elle donne accès à des conseils en virtuel, en réel, par une communauté, elle permet de gagner du temps dans les achats hebdomadaires car elle mémorise les préférences et les points de vente du consommateur. Le digital learning vise lui aussi l'efficacité pour l'utilisateur final. Il accède plus vite à ses formations, les voit délivrées selon ses besoins métiers, avec des rythmes et des durées adaptés à ses contraintes. Comme pour le commerce, l'utilisateur appréciera d'être conseillé à distance, en salle ou par une communauté. Intégrer le numérique dans la formation, c'est se donner les moyens de rechercher une chaîne d'efficacité pédagogique.

Qu'est-ce que le digital learning ?

Ces dernières années, les innovations se sont succédées à un rythme effréné (e-learning, rapid learning, serious game, social learning, etc.) portant à chaque fois la même utopie : « cette innovation va révolutionner la manière d'apprendre ». Mais si la dernière innovation est plus interactive, plus ludique, plus collaborative, elle n'est jamais « magique ».

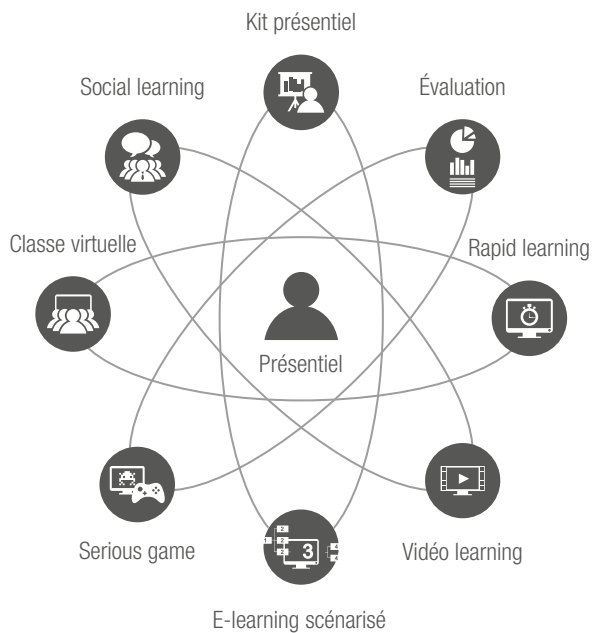
Le digital learning n'est pas un nouveau type de ressource pédagogique, et encore moins une nouvelle modalité pédagogique qui va révolutionner la formation. Il symbolise une volonté d'exploiter le numérique de manière globale. Pour une entreprise ou un organisme de formation, intégrer une politique de digital learning, c'est reconnaître que le numérique peut la rendre plus performante, plus efficace.

Le digital learning peut être intégré à toutes les modalités pédagogiques : la formation présentielle, la formation distancielle synchrone ou asynchrone mais également dans tous les types de techniques de formation (expositive, participative, auto-réactive, tutorée, etc.)...

Le schéma ci-dessous indique de manière non exhaustive la pluralité des modalités pédagogiques possibles où le digital peut être présent.

Si la numérisation peut trouver sa place à tous les niveaux d'un dispositif de formation, il faut être vigilant à ne pas tomber dans les pièges du patchwork

technologique. Pour chaque formation, remettre en cause les modalités pédagogiques et par conséquent les technologies associées pourrait conduire à voir le digital learning comme une simple addition de ressources numériques. Il faut donc faire attention à construire un ensemble cohérent.



Mettre en place une politique de digital learning

Si la volonté de tous les pédagogues est bien de laisser l'apprenant au cœur du dispositif de formation, il est forcé de constater que sans matière, sans support de formation, le dispositif a du mal à se structurer. En d'autres termes, si l'on veut développer les apprentissages informels autour de l'apprenant, il faudra préalablement créer une ossature reposant sur des supports formels. De fait, cela conduit à remettre la matière pédagogique au cœur des problématiques des formateurs, tout autant que l'apprenant doit être au cœur des dispositifs.

Dès lors que l'entreprise a pris conscience que la matière pédagogique, autrement dit l'ensemble des supports qui formalise le savoir, est un élément indispensable à son efficacité pédagogique et par voie de conséquence à la performance de son capital humain, elle comprend qu'elle doit informatiser toute sa chaîne de valeur.

La première brique indispensable à la mise en place d'une politique de digital learning est la gestion des supports pédagogiques. Il faut en effet disposer d'un espace qui puisse permettre de centraliser tous les supports de formations (présentiels et distanciels), de les indexer afin de pouvoir les retrouver facilement via un moteur de recherche et aussi de les « versionner » afin de pouvoir suivre à tout instant l'historique de leurs évolutions, de connaître les auteurs et de

pouvoir éventuellement revenir à des versions antérieures.

Le second aspect est de proposer, à l'ensemble des formateurs et autres créateurs de contenus, un outil qui pourra créer une grande variété de types de ressources numériques (énumérée dans le chapitre précédent). Cela demande d'avoir une approche nouvelle dans la recherche des solutions de création. L'objectif n'est pas d'identifier la solution experte d'une typologie mais celle qui propose le plus haut niveau de performance sur l'ensemble des typologies. Il s'agit là d'un point délicat qui demande de prendre de la hauteur, tant sur le plan technologique que pédagogique. Mais faire ce choix, c'est donner plus d'importance au dispositif de formation qu'à la ressource unitaire, c'est aussi donner plus d'importance à l'évolutivité de la ressource qu'à sa première version. Enfin, c'est s'ancrer dans une vision à long terme et non succomber à un effet de mode.

Les aspects collaboratifs que doit proposer une solution de digital learning sont également importants. Les formateurs, les experts, les prestataires externes... bref tous ceux qui contribuent à la conception de la matière pédagogique devront pouvoir échanger entre eux, partager leurs notes et leurs critiques sur les supports de formation.

Passer au digital learning, c'est aussi informatiser le présentiel. Cette informatisation ne doit évidemment pas se limiter à l'usage de diaporamas. Il faut injecter dans les formations présentielles tout ce qui fait la force des supports distanciels. A savoir, la structuration de plan de cours clairs pour le formateur comme pour l'apprenant, la mise en place d'interactivités ludiques, et pourquoi pas la récupération du tracking.

D'une manière globale, mettre en place une solution de digital learning revient à moins cloisonner les modalités, moins spécialiser les outils, moins disperser les technologies. Il faut donc structurer une chaîne informatique qui permette de fluidifier tout le process de création, de gestion et de diffusion, que cela soit pour du présentiel, du distanciel ou du blended.

Processus intégré pour la mise en place d'une solution de digital learning



Les bénéfices du digital learning

Mettre en place une politique de digital learning a des effets à court, moyen et long terme.

A court terme, on notera les bénéfices pédagogiques. On ne peut pas dissocier dans le digital learning la vision technophile (généralisation des supports numériques) de la vision pédagogique, qui consiste à offrir une plus grande souplesse dans l'utilisation des différentes modalités pédagogiques. Pouvoir accéder à un maximum de typologies de supports de formation dans un même espace, avec une même approche ergonomique, offre aux formateurs la possibilité de créer des dispositifs blended à forte valeur ajoutée. De plus, le numérique apporte de l'interactivité dans des actions de formation qui n'en utilisaient pas forcément auparavant. Tel est le cas de la formation présentielle qui, à de rares exceptions près, propose un format transmissif et ne bénéficie pas de toutes les évolutions apportées par le e-learning. En effet, il y a encore quelques années, aucun formateur n'imaginait pouvoir créer lui-même des exercices interactifs et les proposer à ses apprenants. Avec le e-learning, cela est devenu courant, presque banal. Alors pourquoi ne pas utiliser ces technologies au service de l'animation présentielle ? Briser la glace, réveiller son auditoire après le repas ou encore évaluer les apprenants en fin de session. Autant de moments clés d'une journée de formation qui peuvent être optimisés grâce au numérique.

Le numérique permet une pédagogie plus variée tant au niveau des dispositifs qu'au niveau de chaque ressource de formation. Savoir exploiter toutes ces possibilités demande assurément une acculturation et donc une réelle conduite du changement dans les services formation. Toutefois, l'approche par le numérique est plus simple que l'approche par la rupture pédagogique. Il est beaucoup plus aisé d'introduire le numérique dans les supports présentiels que de mettre en place le e-learning dans un service de formation qui n'en a jamais fait. L'approche globale du digital learning offre donc également plus de possibilités en matière d'accompagnement des équipes formation. Et bien évidemment, il est beaucoup plus facile d'intégrer des ressources e-learning auprès de formateurs qui se sont déjà approprié les possibilités du numérique dans le cadre d'une formation traditionnelle.

A moyen terme, la mise en place d'une solution informatique qui centralise tous les supports digitaux de formation aura des bénéfices sur la réactivité du service formation. Comme dans tous les secteurs, l'intégration du numérique permet d'aller plus vite : créer « plus vite », mettre à jour « plus vite », retrouver un support ou un média « plus vite » et en bout de chaîne mettre à disposition de l'apprenant la formation « plus vite ». Cette accélération profite aux apprenants et donc au capital humain de l'entreprise, et par voie de conséquence, à la performance de celle-ci.

Cette réactivité permet également de repositionner le service formation à la place qui devrait être la sienne, c'est-à-dire une fonction en phase avec le rythme imposé par les enjeux business de l'entreprise.

De plus en plus de « Business Units » opérationnelles recréent en leur sein leur propre solution de formation et de fait court-circuitent les services formation. L'unique raison à cela est la divergence des échelles temps. Le rythme du marché de la concurrence et du commerce, qui lui a été digitalisé en grande partie, est de moins en moins en phase avec celui des services formation qui n'ont pas encore fait leur révolution numérique. Le e-learning a ajouté à cela une couche de désillusion car il a fait espérer une réduction du délai qui existe entre l'expression du besoin de formation et la mise à disposition de l'action. Or, il n'en est rien. Il arrive même très souvent, qu'un contenu e-learning mette 4 à 6 mois avant de voir le jour. L'effet déceptif généré par ces délais a donc naturellement créé des voies parallèles pour répondre aux demandes de formation émanant du terrain. La digitalisation des services formation est donc l'arme absolue

pour remettre les services formation en lien avec les objectifs « business » et stratégiques de l'entreprise.

A long terme, les bénéfices deviennent économiques pour les services formation. Le fait de s'appuyer sur une chaîne informatique pour créer, gérer et diffuser les ressources de formation permet de rationaliser les coûts de plusieurs manières.

Tout d'abord, la démocratisation de la création des ressources de formation est un moyen de réduire les coûts. On peut s'affranchir des prestataires externes, et même plus important encore, des spécialistes internes qui sont souvent les seuls à maîtriser certains outils dans l'entreprise et qui la fragilisent. Plus la chaîne de production est accessible, plus vous devenez indépendant, et plus vous gagnez en souplesse et en réduction de coûts.

Ensuite, la standardisation de votre solution informatique garantit l'évolution de l'ensemble de vos ressources. Une technologie unique entraîne une maintenance unique et donc de grandes économies en matière d'évolutivité de vos supports de formation.

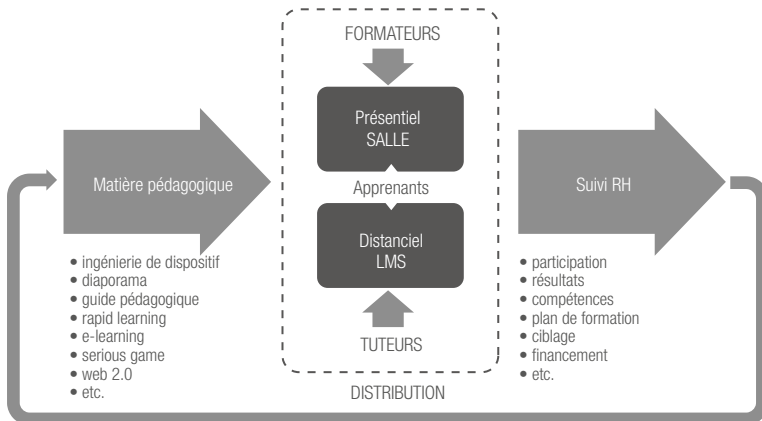
Enfin, le dernier bénéfice économique vient du « trésor de guerre » que vous allez constituer. En regroupant toutes vos ressources de formation dans un même espace online, en leur donnant les moyens de se combiner à l'infini et en leur assurant la possibilité d'évoluer, vous vous créez et développez un capital représentatif de votre efficacité pédagogique.

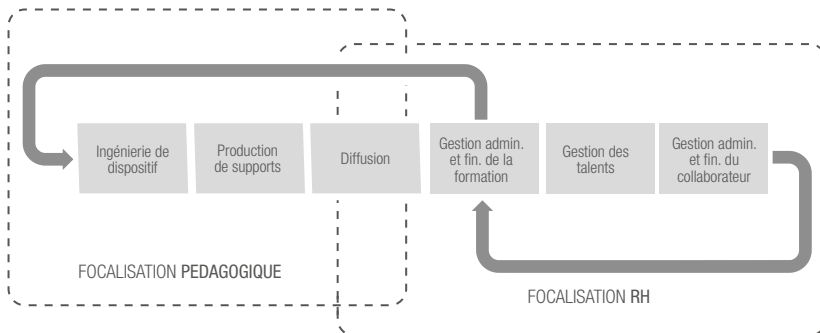
Informatiser votre capital pédagogique

> Le processus d'un acte de formation

Si l'on cherche à simplifier le processus d'un acte de formation, nous pouvons dire que la réponse à un besoin de formation est découpée en 3 grands blocs fonctionnels :

- la gestion de matière pédagogique (création et mise à jour) ;
- la distribution ;
- le suivi RH.





Le pilotage global de la formation révèle deux points de vue.

- Le premier est centré sur la vie du collaborateur dans la société, c'est-à-dire le regard RH dans lequel nous retrouvons les logiciels de paie, de recrutement, de mobilité, de gestion du temps de travail, de gestion des compétences ou encore la partie administrative et financière de la formation (financement OPCA, gestion des feuilles de présence, logistique formation, etc.).
- Le second point de vue est centré sur la production, la gestion et la diffusion des contenus pédagogiques. On y retrouve des outils auteurs, des logiciels de rapid learning, des outils collaboratifs de création, etc.

On note à la jonction de ces deux grands blocs, la diffusion, qui est assurée par les LMS (Learning Management System). En tant qu'outil pivot, le marché des LMS propose soit des LMS tournés vers le RH, qui intègrent alors des briques RH, soit des LMS orientés sur les contenus de formation.

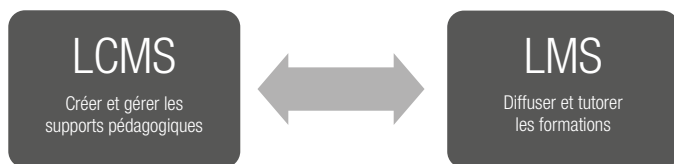
> LCMS, des solutions informatiques au service de la matière pédagogique

Les sociétés ont besoin de solutions informatiques pour homogénéiser les modes opératoires et la technologie de réalisation de leurs contenus e-learning et blended learning. Elles doivent également organiser leurs équipes de production (internes ou externes) en process collaboratif en y intégrant une dimension projet. Ces solutions informatiques ont un nom : les LCMS (Learning Content Management System).

Le LCMS sert à structurer, uniformiser, mutualiser et réaliser des économies d'échelle sur les budgets de formation. Les LCMS répondent aux besoins

d'industrialisation en matière de contenus e-learning, mais s'ouvrent aujourd'hui vers un accompagnement plus global de l'ensemble des supports de formation (présentielle et distancielle) dans un contexte mondialisé. Avec une telle solution informatique, les sociétés peuvent piloter de manière centralisée l'ensemble du cycle de vie de leurs contenus d'apprentissage en mesurant la performance et le retour sur investissement (ROI) de leurs actions.

Le terme LCMS est souvent galvaudé ; il arrive parfois qu'il soit utilisé pour désigner les « outils auteur », c'est-à-dire les logiciels de création de contenus e-learning ou bien encore pour désigner un LMS (Learning Management System) qui intègre des fonctionnalités de création de contenus. Mais le LCMS est bien une famille à part entière qui se concentre sur les étapes de production et de gestion des ressources pédagogiques indépendamment de leur diffusion.



Le LCMS est donc un outil informatique qui regroupe des fonctionnalités d'outil auteur, de logiciel de gestion de projets et de logiciel de gestion documentaire.

Dans le cadre d'une méthodologie à outiller, le choix de la solution sera conditionné par les exigences clients sur des critères tels que :

- la facilité de création de contenus ;
- la pédagogie et/ou l'interactivité des activités pédagogiques proposées à la création des contenus ;
- la bibliothèque d'objets et les possibilités d'indexation des contenus ;
- la capacité à personnaliser des modèles graphiques ;
- les fonctionnalités proposées en matière de traduction ;
- les circuits de validation ;
- le versioning des contenus ;
- l'infrastructure requise ;
- le coût de licence et de mise en œuvre ;
- etc.

Les 5 critères d'intégration du digital learning

Pour savoir si votre structure est déjà entrée dans l'ère du digital learning, il vous suffit de vérifier si vous répondez aux 5 critères suivants :

- Vous utilisez un espace de stockage et d'indexation commun pour toutes vos ressources de formation, qu'elles soient présentielle ou distancielles.
- Vous utilisez un LMS pour diffuser vos formations et suivre l'évolution de vos apprenants.
- Vous disposez d'une solution de création de contenus qui vous permet de concevoir les principaux types de ressources numériques : module e-learning, rapid learning, serious game, évaluation en ligne, vidéo-learning, jeu interactif pour le présentiel.
- Votre solution vous permet de produire et diffuser des contenus pour les principaux environnements technologiques (Flash, HTML5, PC, Tablette, Smartphone, IOS, Android, Windows, IE, Firfox, Chrome, etc.).
- Vous disposez d'espaces collaboratifs dédiés aux apprenants et aux formateurs. Pour ces derniers, ces espaces permettent de mettre en place des communautés d'apprentissage afin d'optimiser l'élaboration des dispositifs de formation.

Si vous n'avez pas coché toutes les cases, c'est que vous pouvez améliorer votre efficacité pédagogique en utilisant davantage les supports numériques.

Toutes nos félicitations à ceux qui les ont toutes pointées, nous espérons tout de même que cet ouvrage vous aura apporté des éléments complémentaires.

A propos de Talentsoft Learning

Talentsoft, le leader européen des applications Cloud de gestion des talents et de digital learning, dessine le futur des ressources humaines à travers des solutions liant la gestion des compétences avec les parcours de carrières et les cursus de formation.

L'équipe Talentsoft Learning, accompagne les entreprises de toutes tailles et de tous secteurs dans la valorisation de leurs connaissances et le développement des compétences de leurs collaborateurs.

Les solutions de Talentsoft Learning permettent de créer, diffuser et gérer des formations blended learning (présentielle et à distance). Son application mobile SkillCatch offre à chacun la possibilité de capter en vidéo son expertise ou talent, de l'enrichir et de le partager avec ses collaborateurs.

Plus de 1 500 clients et 8 millions d'utilisateurs se connectent aux applications Talentsoft dans 130 pays et en 27 langues.



www.talentsoft.fr/learning

