



TRANSFORMATION DIGITALE

ORGANISMES DE FORMATION
RÉUSSISSEZ VOTRE RÉVOLUTION NUMÉRIQUE



Digiforma

LES CHIFFRES

87 %

Responsables d'OF voient dans la transformation digitale une opportunité de marché.

68%

Responsables d'OF et formateurs pensent que la digitalisation de la formation est irréversible.

76 %

Responsables d'OF voient la digitalisation de la gestion administrative comme un moyen de réduire les coûts.

45 %

Organismes de formation qui n'utilisent pas encore de logiciel de suivi d'activité.

OF proposant des formations présentielles avec utilisation d'outils numériques.

72 %

Responsables d'OF qui pensent que la digitalisation aura un impact important sur l'animation des formations.

69%

Formateurs qui voient la digitalisation comme un moyen d'améliorer leurs conditions de travail.

50%

OF qui n'envisagent pas de dématérialiser la gestion de leurs ressources (planning, salles, etc.).

13%

Dans une étude, l'Observatoire prospectif des métiers et qualifications de la branche des organismes de formation s'est penché sur l'impact de la digitalisation sur les métiers des organismes de formation privée.

Que nous révèlent ces chiffres ? Tout d'abord, que la transformation digitale des entreprises de formation est perçue majoritairement à la fois comme un phénomène irréversible et comme une opportunité de marché. L'enquête montre que le passage au numérique est déjà bien engagé dans la profession.

Ainsi, l'utilisation de logiciels de gestion et de suivi de l'activité est relativement généralisée. Les outils numériques ont

également fait leur entrée dans les formations en présentiel.

Les Organismes de formation qui n'envisagent pas la dématérialisation des ressources de leur entreprise (gestion des salles, plannings, matériel) restent une minorité.

Pour les formateurs, la transformation digitale est vue comme un moyen d'améliorer les conditions de travail, notamment en réduisant les temps de déplacement.

Enfin, la transformation numérique a et aura un impact sur de nombreux métiers de la formation : animation, mais aussi gestion, ingénierie des formations, marketing, informatique, etc...

SOMMAIRE

GESTION ADMINISTRATIVE.....6

CENTRALISATION ET COLLABORATION
PILOTAGE ADMINISTRATIF ET FINANCIER
GESTION DES DONNÉES
FORMATIONS ET DOCUMENTS

GESTION DES FORMATIONS.....14

AUTOMATISATION ET DIGITALISATION
LA NOUVELLE ÈRE DE L'ÉVALUATION
L'EXTRANET

OFFRE DE FORMATION.....21

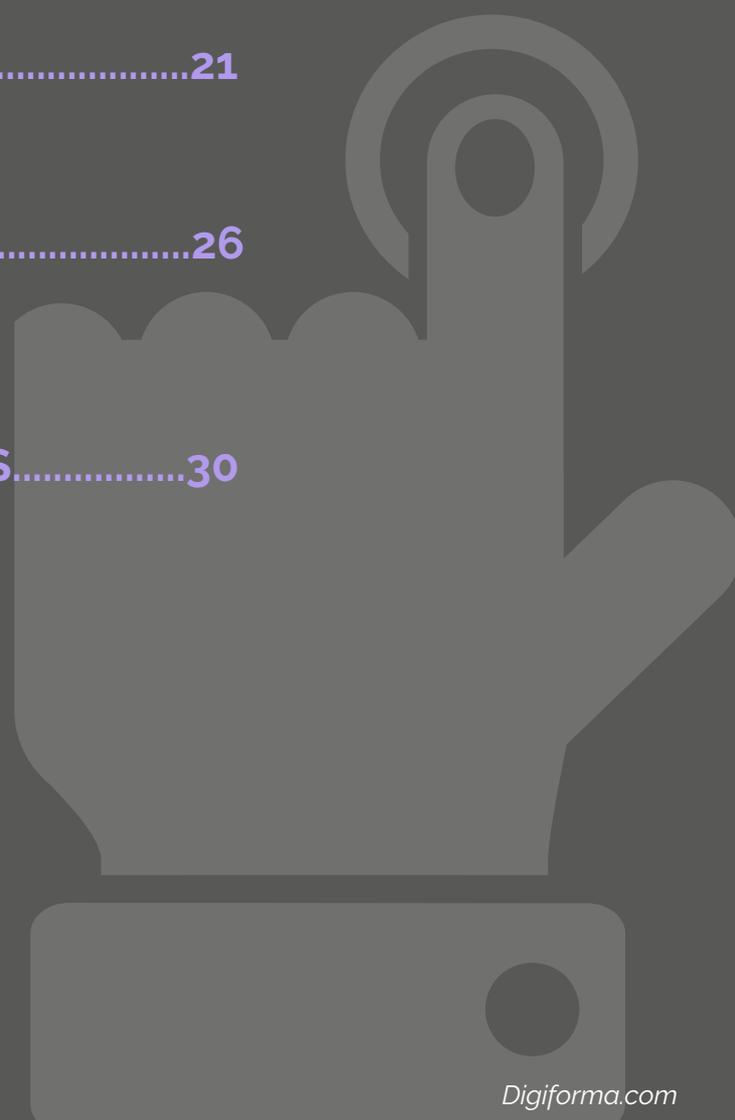
OUTILS NUMÉRIQUES EN FORMATION
RÉUSSIR SA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

QUALITÉ DES FORMATIONS.....26

PRODUIRE DES INDICATEURS DE PERFORMANCES
ÉVALUER LA QUALITÉ DES FORMATIONS
QUALITÉ DES FORMATIONS

PERFORMANCES COMMERCIALES.....30

GÉRER LA RELATION CLIENT
GÉRER LES ACTIONS MARKETING



INTRODUCTION

87 % C'est le pourcentage de responsables d'organismes de formation qui considèrent la transformation digitale comme une opportunité de marché et un moyen de diversifier son offre¹.

On appelle « transformation digitale » le processus par lequel une entreprise adapte ses pratiques et ses outils et s'approprie les nouveaux usages du numérique pour répondre avec une plus grande souplesse aux attentes de ses clients et des utilisateurs de ses produits ou services.

Pour un organisme de formation, la transformation digitale consiste à faire évoluer son offre en digitalisant ses services, son catalogue et ses processus (dématisation des relations avec les clients et les partenaires externes, planning et réservations des sessions en ligne, outils de travail collaboratif au sein de l'entreprise, par exemple). Il ne s'agit donc pas uniquement de remplacer Excel, mais bien de repenser le mode de fonction-

¹Source : Étude sur l'impact de la digitalisation sur les métiers des organismes de formation privée, publiée par l'Observatoire prospectif des métiers et qualifications de la branche des organismes de formation le 20 septembre 2016.

nement et les pratiques humaines de l'entreprise pour apporter une nouvelle valeur ajoutée.

De plus, l'arrivée des nouveaux modes pédagogiques, comme les MOOC ou le blended learning, mais aussi la naissance de nouveaux modèles économiques, avec une offre croissante de contenu gratuit, mettent sous pression des organismes de formation qui voient leur rôle d'intermédiaire remis en question.

Toutefois, la digitalisation de l'entreprise ne s'accompagne pas toujours d'une digitalisation de l'offre de formation. Ainsi, certains organismes choisissent de dématérialiser leurs fonctions supports internes sans pour autant proposer une offre de formation numérique.

Parfois qualifiée de « nouvelle révolution industrielle », souvent considérée comme incontournable tant le numérique a investi tous les aspects de la vie, la transformation digitale touche tous les secteurs d'activité. Déjà en marche dans la plupart des grandes entreprises, elle représente pour les organismes de formation des potentialités fortes et un facteur

stratégique de leur pérennité.

L'informatisation de la gestion administrative et logistique des formations est considérée par une large majorité des OF comme un moyen de réduire les coûts et de faciliter le travail du personnel.

Pourtant, les organismes de formation et les formateurs indépendants font encore preuve d'un certain scepticisme vis-à-vis de la nécessité et de l'urgence de la transformation digitale. Ils se trouvent confrontés à des freins de taille, non seulement financiers (78 % des organismes interrogés jugent le niveau d'investissement requis trop élevé), mais aussi humains, culturels et organisationnels.

Toutefois, compte tenu de la métamorphose actuelle des modes pédagogiques et des modèles économiques, il est difficile d'ignorer les enjeux de la révolution numérique pour les organismes de formation de toutes tailles.

Ceux qui ne sauront pas s'approprier les nouveaux usages du numérique pour répondre aux exigences de certains publics pourraient accuser un retard

peut-être irrécupérable. Au-delà de la digitalisation de l'offre, ce sont les processus de gestion de toutes les fonctions supports de l'organisme de formation (gestion administrative et financière, comptabilité, gestion des actions de formation, etc.) qui devront être rationalisés et simplifiés pour en optimiser l'efficacité. Les contraintes administratives et réglementaires représentent un enjeu majeur à cet égard.

Ce livre blanc se veut un guide pour les organismes de formation qui souhaitent exploiter tout le potentiel des nouvelles technologies pour réussir leur transformation digitale. Au fil de ces 37 pages, nous nous pencherons sur les différents aspects organisationnels des OF. Nous proposerons également quelques pistes de réflexion sur les fonctionnalités indispensables d'une plateforme digitale dédiée à ce type d'entreprise.

L'objectif ne consiste pas à établir un diagnostic complet, mais bien d'orienter le lecteur vers les questions à se poser afin de réussir sa révolution numérique.



GESTION ADMINISTRATIVE

Une gestion financière et administrative dématérialisée au moyen d'une plateforme digitale spécialisée, permet aux organismes de formation de piloter efficacement leur activité et d'assurer leur conformité aux obligations réglementaires très particulières auxquelles ils sont soumis.

CENTRALISATION ET COLLABORATION



Organisation 4.0

De manière générale, la transformation digitale d'un organisme de formation se traduit par le passage d'une organisation plus ou moins traditionnelle à une organisation 4.0, c'est-à-dire collaborative, agile et connectée. Cela implique une interconnexion performante de toutes les fonctions supports de l'organisme dans un progiciel de gestion intégré (ERP).

Dans ce contexte, on peut envisager l'utilisation d'une solution digitale connectée (en mode SaaS) centralisant toutes les données de l'entreprise. Chaque information est saisie une seule fois dans l'ERP et les données sont compilées automatiquement afin de produire des tableaux de bord pour le suivi numérique de tous les aspects de l'activité.

Composant essentiel d'un système dématérialisé, la base de données centralisée est structurée selon les particularités d'un organisme de formation. L'objectif est de permettre une gestion efficace et collaborative des clients, des stagiaires et des formateurs en automatisant un maximum de

processus, tels que la gestion des salles, la production documentaire, ou encore les actions commerciales.

Ce type de solution permet une collaboration plus efficace dans l'entreprise, ce qui entraîne une hausse de productivité et une fluidification du travail au sein des équipes.

Dématérialiser les relations avec les intervenants externes

Une solution digitale peut contribuer à l'optimisation du

suivi comptable et simplifier les échanges d'information entre l'OF et le cabinet comptable ainsi que les déclarations administratives. Moins les saisies sont réalisées en double, plus le risque d'erreur est faible.

Dans le même ordre d'idée, la dématérialisation des demandes de financement, du reporting et de la gestion des plannings entraîne un gain de productivité important, et donc une réduction des coûts.



PILOTAGE ADMINISTRATIF ET FINANCIER

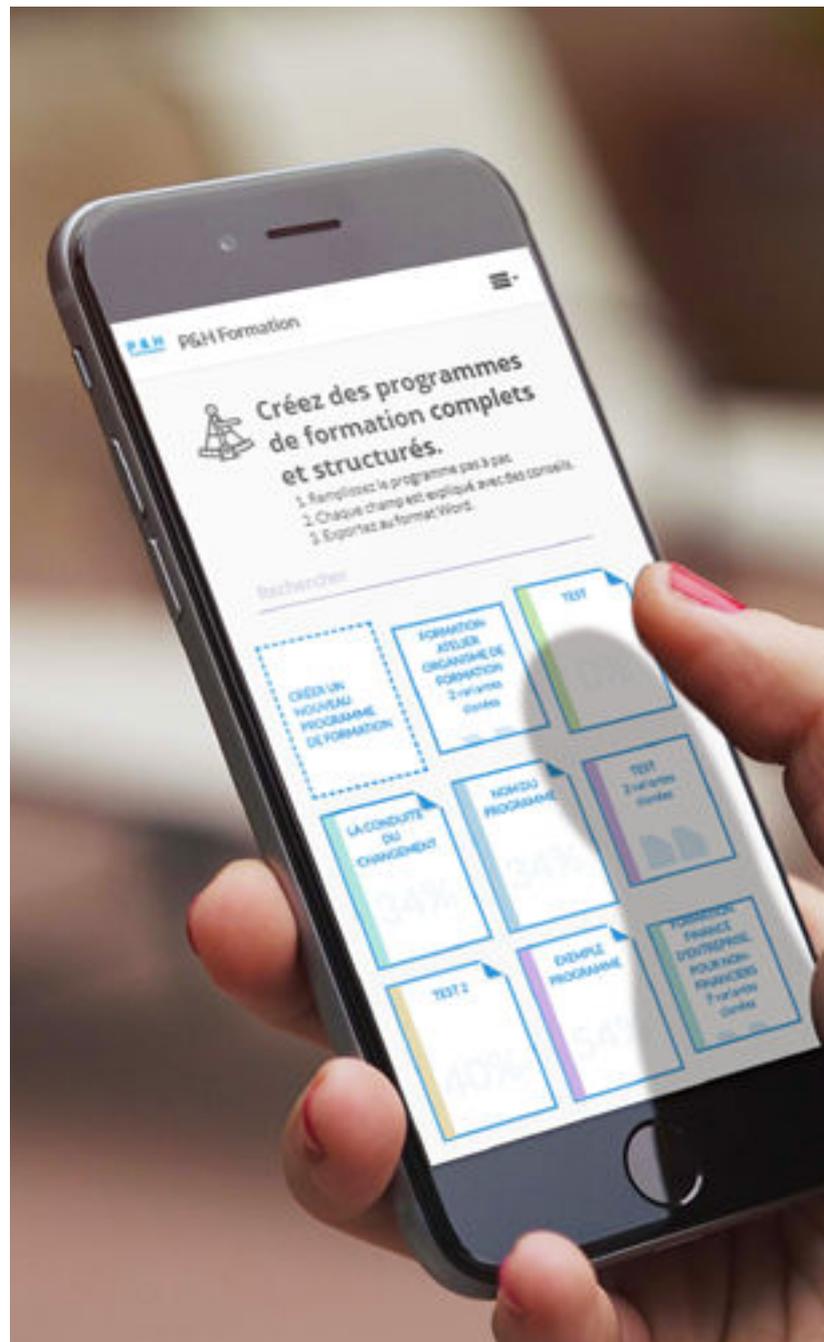


Piloter les données stratégiques de l'entreprise depuis une tablette ou un smartphone

La possibilité de consulter à tout moment des données stratégiques (chiffre et volume d'affaires, trésorerie) est devenue un atout majeur pour les dirigeants d'entreprise. À cet égard, une solution digitale SaaS peut répondre à des besoins croissants de souplesse et d'accessibilité. Bénéficiant d'un accès immédiat et centralisé à toutes les données stratégiques de l'entreprise, les dirigeants pilotent l'activité à tout moment, face à n'importe quel interlocuteur (clients, banques, partenaires de financement, associés, etc.).

Une intégration des fonctions de facturation, de saisie des paiements et de suivi des recettes apporte un avantage intéressant, puisqu'elle permet de compiler automatiquement des statistiques et d'automatiser la production des documents comptables et réglementaires (dont le BPF).

Enfin, en raison des fréquentes interventions à l'extérieur, mais aussi du développement du télétravail, il est intéressant de proposer à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise un accès en mobilité à la plateforme pour le suivi administratif et l'accès aux ressources de formation.



Abandonner les traitements de texte et les fichiers Excel pour gérer l'entreprise

La gestion « artisanale » de l'activité au moyen d'outils bureautiques traditionnels permet difficilement d'optimiser la collaboration. La pérennité des données est également plus compliquée à assurer. Une solution SaaS regroupe l'ensemble des données et documents nécessaires au fonctionnement de l'entreprise : données brutes, modèles de documents, calendriers, etc. La totalité des fonctions supports de l'entreprise est effectuée dans le logiciel même : devis, suivi marketing et commercial, génération des documents de formation (conventions, programmes, règlements intérieurs), génération et des

factures, paiements, planning des salles et des formateurs, bases de données des intervenants et des stagiaires.

Toutes les informations qui étaient auparavant disséminées dans de nombreux fichiers Word ou Excel peuvent être centralisées et analysées ensemble pour produire des tableaux de bord pertinents.

Dans l'idéal, la nouvelle solution devrait permettre d'importer les fichiers Excel existants afin de simplifier et d'accélérer la transition, avec un minimum de saisie manuelle et sans perte de données.

Réaliser automatiquement le bilan pédagogique et financier

Le bilan pédagogique et financier (BPF) constitue une formalité administrative très spécifique à l'activité de formation. Une solution digitale devrait tenir compte de ces contraintes administratives et être capable de consolider toutes les données de l'année passée en un seul clic pour produire le BPF automatiquement. Alors que certains organismes de formation continuent d'avoir recours à des méthodes manuelles plus chronophages (utilisation de différents logiciels incompatibles pour différentes fonctions), des plateformes informatiques permettent de mettre à jour le BPF en temps réel, à chaque modification d'une action de formation, et de générer ensuite le document en un clic au moment d'effectuer la déclaration.



GESTION DES DONNÉES



Gestion des données personnelles

La loi française et européenne impose des règles strictes en matière de protection des données personnelles. Les OF sont amenés à collecter des données à caractère personnel, telles que le nom, l'âge ou les coordonnées des stagiaires. Ces données doivent être protégées conformément au règlement général de l'Union européenne sur la protection des données (RGPD) qui renforce le cadre de la protection des données au sein des entreprises et des organisations et prévoit de lourdes pénalités financières en cas

de manquements graves. Ces contraintes réglementaires doivent être prises en compte lors de la conception ou du choix d'une solution. Certains outils de partage de fichiers, tels que Dropbox ou Google Drive, sont à envisager avec prudence à la lumière de la réglementation.

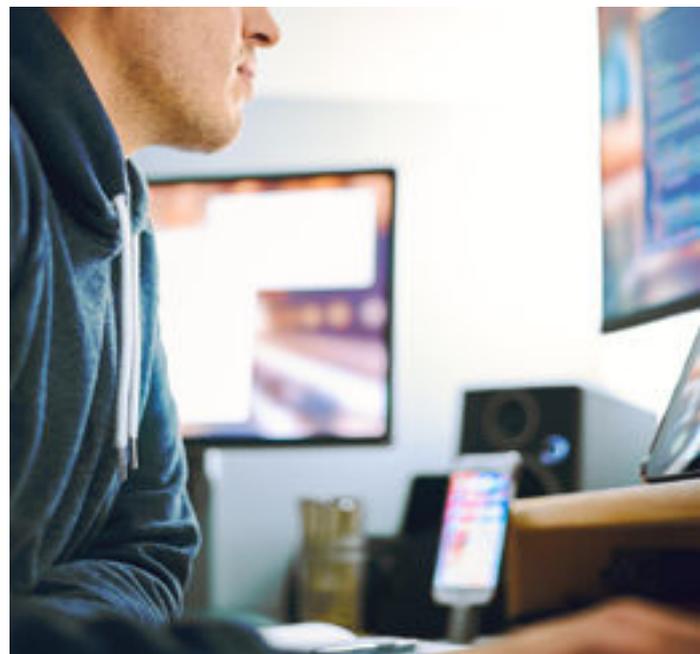
Par ailleurs, la question de l'archivage des données est examinée à l'aune de deux aspects essentiels : pérennité (sauvegardes régulières, archivage permanent) et sécurité (chiffrement des communications via SSL, protection contre les accès non autorisés).



Intégrer le catalogue de formation et la gestion des inscriptions au site Internet

Bien plus qu'une simple vitrine, le site Internet fait partie, à condition d'être bien pensé, des outils mobilisables pour améliorer l'efficacité et les performances commerciales d'un OF. De toute évidence, il s'agit d'un moyen de développer et de fidéliser la clientèle.

Certains organismes proposent un lien ou un formulaire d'inscription sur leur



site Internet. Un client peut ainsi inscrire ses stagiaires en saisissant lui-même toutes les informations utiles, et les stagiaires ont la possibilité de se préinscrire à des sessions de formation définies. Les données sont saisies en ligne et intégrées directement à la base de données par l'intermédiaire de la plateforme digitale. Cet interfaçage entre site web et logiciel de gestion accélère le traitement des inscriptions, limite la manipulation des données et réduit le risque d'erreur. Les performances commerciales des organismes peuvent également s'améliorer grâce à une automatisation des relances et de la gestion des inscriptions, et donc une meilleure réactivité du personnel en contact avec les clients et les stagiaires.

Par ailleurs, une solution digitale peut permettre d'automatiser l'affichage et la mise à jour du catalogue et des dates de sessions directement sur le site web. En effet, le catalogue et les informations sur les actions de formation étant centralisés dans la base de données, il est possible d'automatiser la mise à jour du site de l'organisme ou d'un mini-site créé spécialement pour une formation donnée.



FORMATIONS ET DOCUMENTS



Générer automatiquement les documents de formation

La fonction de production des documents de formation (conventions, convocations, attestations, feuilles d'émargement, etc.) présente une marge d'optimisation considérable. De nombreuses entreprises utilisent encore aujourd'hui des outils de bureautique traditionnels comme Excel ou Word pour générer ces documents.

Même avec des procédures bien rodées, ces opérations génèrent rapidement des dizaines, voire des centaines d'heures de travail, qui seraient plus efficacement consacrées au développement de l'offre de formation et à l'acquisition de nouveaux clients.

Une solution digitale permet de générer automatiquement les conventions, attestations et feuilles d'émargement à partir de modèles de documents personnalisés, comprenant la charte graphique de l'organisme, ainsi que les mentions et les clauses spécifiques à l'entreprise et à ses formations. Les informations sur les stagi-

aires et sur la formation sont ajoutées automatiquement et les documents sont générés dans différents formats (docx, PDF, etc.).

Dématérialisation et automatisation des documents

En dématérialisant et en automatisant sa production documentaire, l'organisme de formation a le potentiel de simplifier considérablement

les tâches quotidiennes du personnel, qui n'a plus à jongler entre différents logiciels, mais crée en quelques clics des documents standardisés, à jour et conformes à la réglementation.

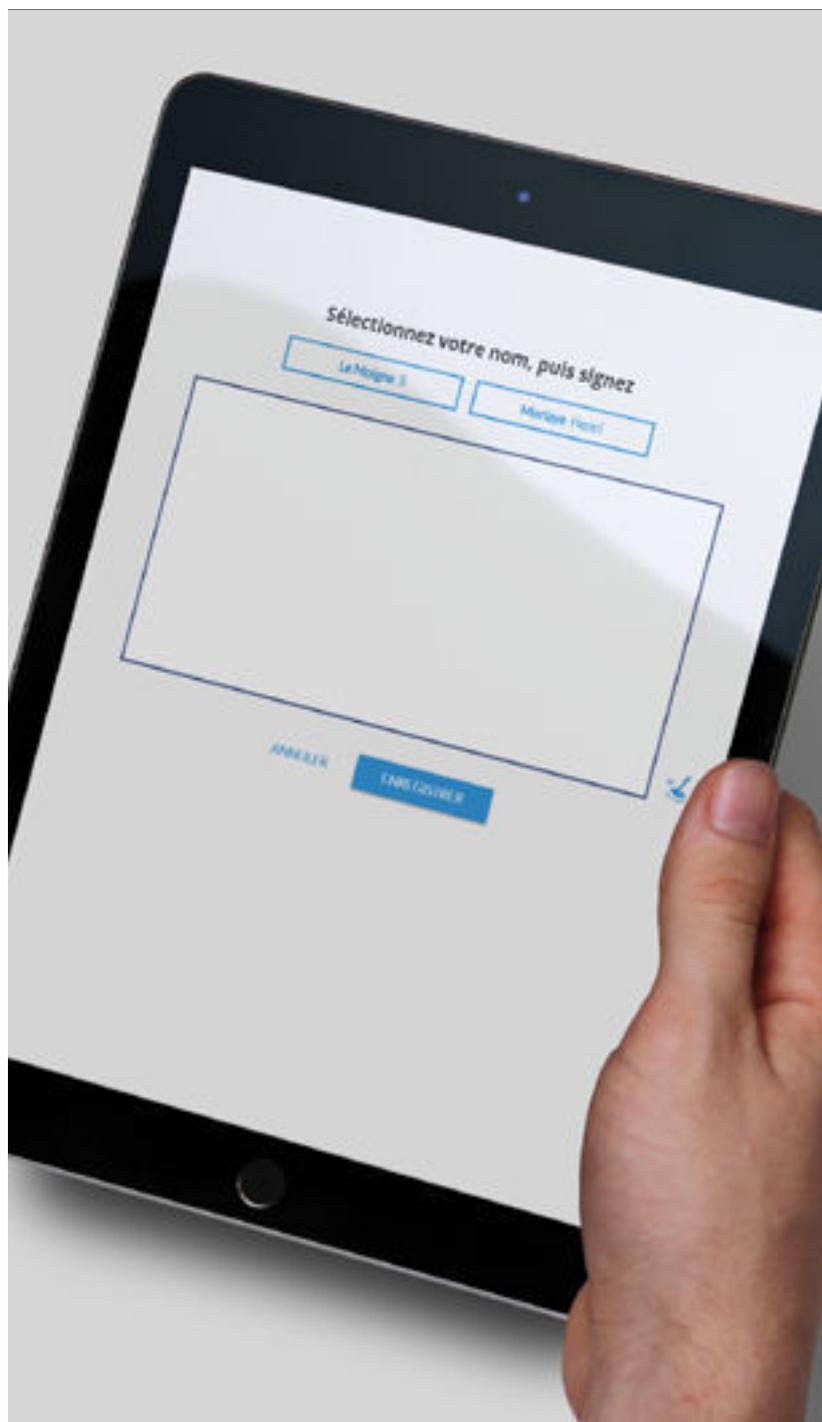
Une gestion documentaire pérenne est également un critère important dans le choix d'une plateforme digitale efficace. Stocker et archiver des documents numérisés plus



anciens et partager des documents de formation avec les stagiaires (programmes, supports de formation) font partie des fonctionnalités intéressantes offertes par ces solutions. Partager des documents directement depuis le système central fait gagner un temps considérable si l'on considère le travail nécessaire au transfert et au partage de fichiers depuis des services en ligne.

Signature électronique et zéro papier

La plupart des documents de formation doivent légalement être signés (conventions, attestations, émargements). Il est donc impossible légalement de totalement dématérialiser ces documents sans utiliser un système de signature électronique ou de tampon numérique cryptographique. La simple image d'une signature collée dans le document type est évidemment à proscrire, n'ayant aucune valeur légale. Malheureusement pour le moment les solutions disponibles ont un modèle tarifaire peu adapté au secteur de la formation (1 ou 2 € par document). Il est néanmoins raisonnable d'espérer l'émergence de nouvelles solutions à l'avenir, les pratiques évoluant de concert avec le développement de nouvelles offres et technologies dans ce secteur.





GESTION DES FORMATIONS

Gestion des formations et production documentaire sont deux aspects largement automatisables grâce aux nouvelles technologies. En éliminant des tâches répétitives et à faible valeur ajoutée, cette automatisation se traduit par une augmentation de la qualité de service et de l'efficacité au sein de l'entreprise.

— AUTOMATISATION ET DIGITALISATION



Automatiser la gestion des plannings et l'information des formateurs et des stagiaires

Un organisme de formation qui cherche à gagner en efficacité obtiendra de bons résultats en automatisant les plannings et l'envoi de notifications. Les optimisations possibles sont multiples : automatiser la gestion des salles, renseigner automatiquement les objectifs de formation dans les contrats et les conventions, avertir automatiquement les formateurs en cas de changement de planning, mettre à jour les plannings et les convocations automatiquement en cas de changement de salle, programmer l'envoi d'e-mails aux stagiaires et aux formateurs avec des informations à jour sur les sessions.

La gestion des salles peut constituer un enjeu de taille, notamment pour les OF amenés à gérer un grand nombre de formations en intra.

Une plateforme digitale est un moyen d'automatiser la gestion des salles en détectant les

conflits (salles et ressources) et en proposant des solutions. Les convocations et les plannings sont mis à jour automatiquement et les formateurs et les stagiaires sont informés d'un changement de salle (par e-mail, par exemple). Cette fonctionnalité présente un intérêt particulier lorsque les

plannings changent souvent et que le personnel doit réorganiser les sessions rapidement.

L'élimination des tâches manuelles dans la gestion des salles représente donc un gain de temps et d'efficacité considérable pour le personnel, et un facteur de satisfaction client important.



Digitaliser les feuilles d'émargement et actualiser l'effectif automatiquement pendant la formation

Loin d'être une banale formalité, l'émargement en formation constitue la preuve juridique de la réalité de l'action de formation.

Certaines solutions digitales remplacent les feuilles d'émargement papier. Les stagiaires signent directement sur tablette et le formateur met à jour l'effectif en temps réel depuis la salle de formation. Les données sont transmises au système de gestion pour mettre à jour automatiquement l'effectif et les informations sur la session.

La suppression des saisies papier fiabilise et accélère la gestion des effectifs. Par la suite, la production des attestations de formation est facilitée : les documents sont générés automatiquement sur la base des feuilles de présence numériques et transmis directement aux personnes présentes à l'issue de la formation.

Un tel système d'émargement numérique pose néanmoins le souci de son acceptabilité par les financeurs. En attendant une éventuelle généralisation de cette pratique, un système très bien intégré au reste de l'outillage administratif peut permettre de coupler l'émargement au relevé des présences pour les statistiques de suivi et les calculs du bilan pédagogique et financier.



LA NOUVELLE ÈRE DE L'ÉVALUATION



Évaluer la formation en ligne

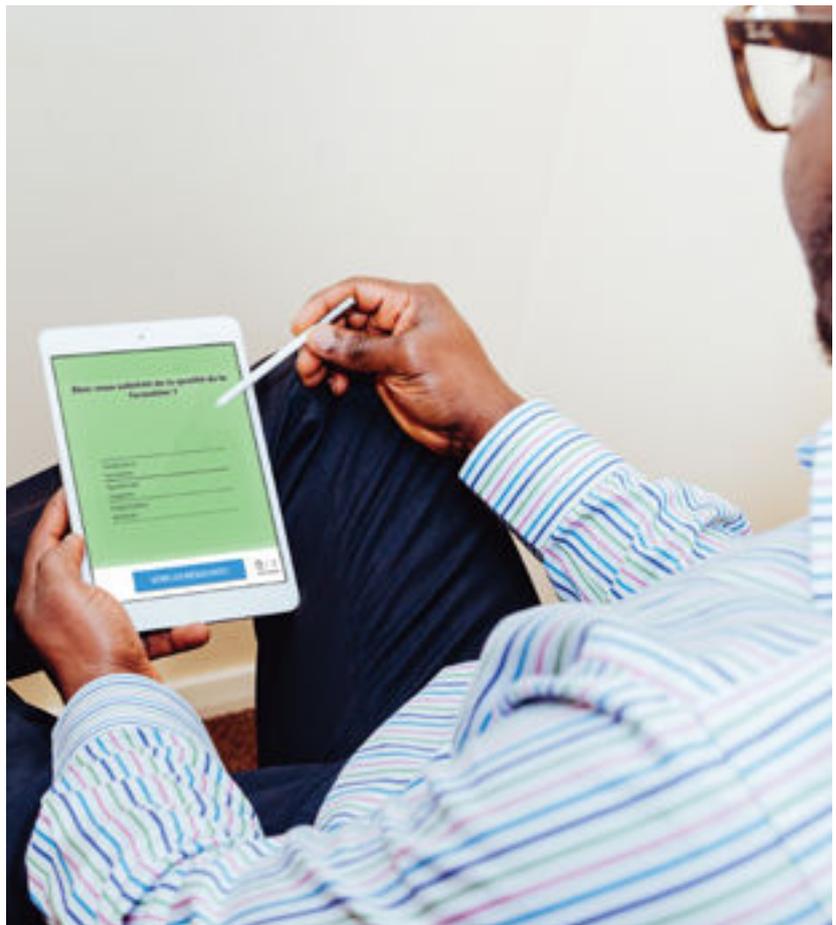
Les possibilités d'évaluation en ligne (à chaud ou à froid) offertes par les solutions dématérialisées représentent une valeur ajoutée pour la démarche qualité des organismes de formation :

- évaluation préformation sous forme de sondage en ligne afin de déterminer les attentes et le niveau des stagiaires avant la formation,
- questionnaire de satisfaction proposé à l'issue de la formation, à remplir directement depuis un smartphone, une tablette ou un ordinateur ; les résultats sont compilés automatiquement pour produire des statistiques accessibles sur un tableau de bord,
- évaluation de transfert des acquis : quiz en ligne ou toute autre forme d'évaluation pour vérifier l'ancrage des connaissances et leur transfert dans l'activité des stagiaires,
- analyse de la progression entre les sessions, avec des questionnaires intermédiaires à

remplir en ligne,

- évaluation à 360°, faisant intervenir toutes les parties prenantes ayant un lien, en amont ou en aval, avec l'action de formation (stagiaires, formateurs, financeurs, prescripteurs).

Ces données viennent ensuite enrichir les statistiques en temps réel. L'étude de l'Observatoire de la branche révèle que ces pratiques sont déjà entrées dans les usages, 85 % des OF interrogés ayant mis ou ayant l'intention de mettre en place des tests automatisés de positionnement



et d'évaluation en ligne.

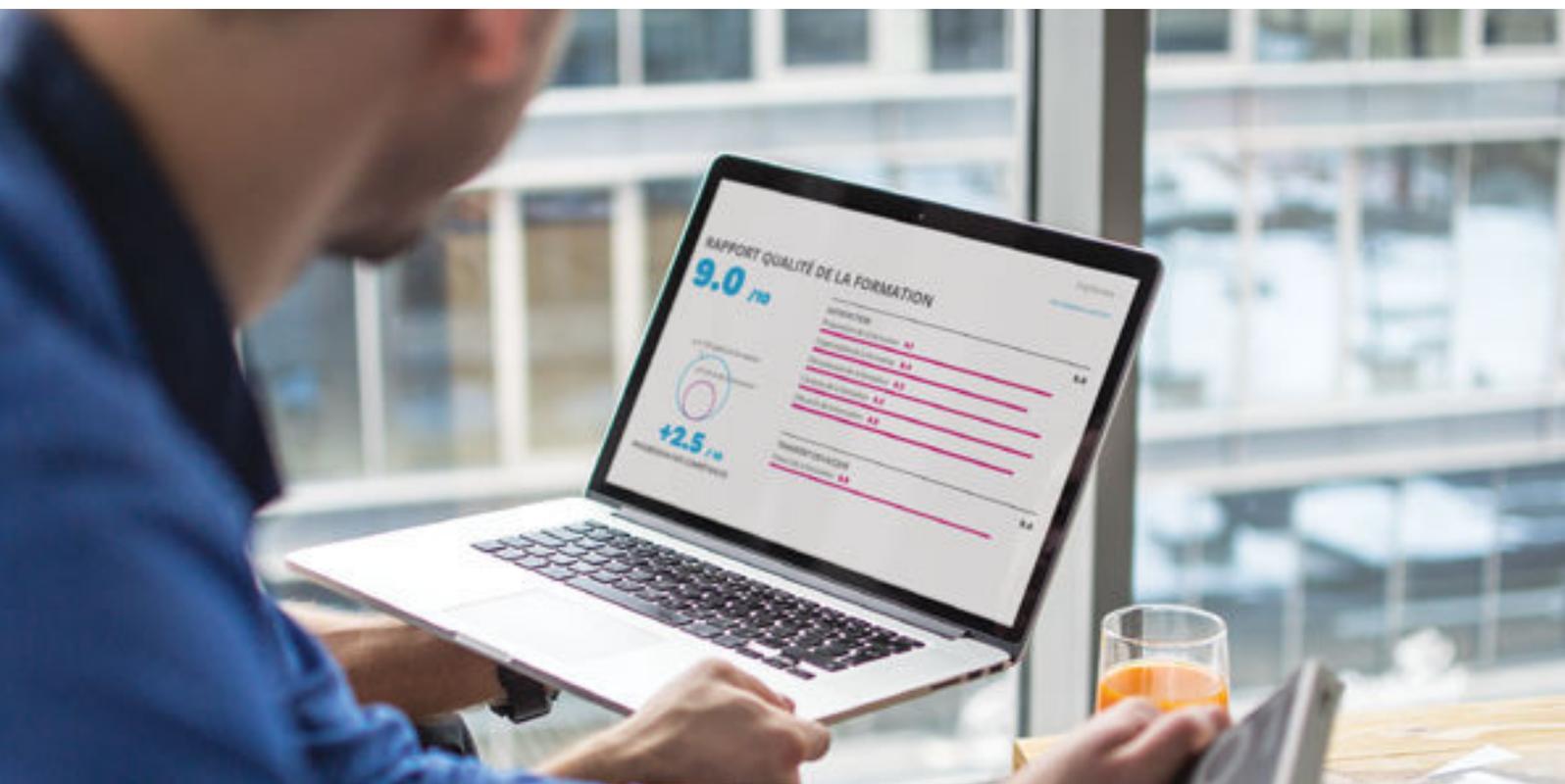
Produire automatiquement des statistiques à partir des résultats des évaluations

Dans une démarche de qualité, l'organisme de formation exploite au maximum les données qui lui sont fournies au moyen des questionnaires d'évaluation. Ces données dégagent des tendances positives et des axes d'amélioration.

Une solution digitale peut comporter un tableau de bord répertoriant les indicateurs de performances pertinents pour comprendre et agir, toujours en faveur de

la satisfaction des clients. Les résultats des évaluations sont consolidés et génèrent automatiquement des graphiques ou des infographies permettant à la fois de piloter l'activité de l'entreprise, mais aussi de communiquer sur la qualité et la valeur ajoutée auprès de la clientèle.

Quant aux formateurs, ils reçoivent automatiquement sur leur smartphone ou leur ordinateur les évaluations de la formation qu'ils viennent de réaliser. Ce retour d'information quasi immédiat leur permet de réfléchir à leurs propres pratiques dans une démarche d'amélioration continue.



L'EXTRANET



Simplifier la communication avec les intervenants

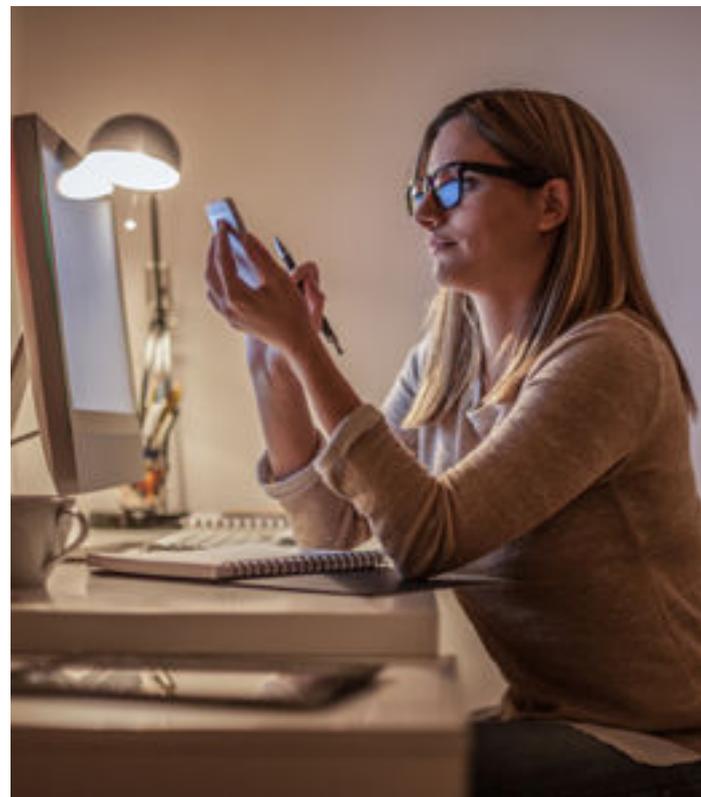
Un extranet est un outil de relation unique, accessible aux collaborateurs de l'organisme et à tous les intervenants des formations. Par exemple, l'OF peut proposer un espace réservé ou un mini-site Internet dédié à chaque formation, ouvert uniquement à tous les stagiaires inscrits et aux autres parties prenantes (formateurs, organisateurs, employés de l'OF).

La page permet de mettre à disposition les documents nécessaires à la formation, tels que le programme, les informations pratiques, le règlement intérieur, le contact du formateur, etc. L'ensemble des informations sont centralisées et disponibles à tout moment, y compris le jour de la session. Dans l'idéal, les intervenants extérieurs (stagiaires, formateurs indépendants, etc.) devraient pouvoir également y publier des messages ou des documents. Cette mesure technique



simplifie la communication, notamment en réduisant les échanges d'e-mails, et constitue un atout pour la qualité de la formation et la satisfaction des stagiaires.

La synchronisation des données est un aspect absolument essentiel : toute modification apportée doit se répercuter en temps réel dans toutes les fonctions associées.





Gérer la relation client

Un extranet est également un outil marketing et commercial puissant, notamment pour la génération de leads et le suivi de la relation client. Par exemple, l'OF peut proposer une page publique cohérente avec son identité visuelle, permettant aux clients de demander un devis ou préinscrire eux-mêmes les stagiaires beaucoup plus facilement que par e-mail ou téléphone. Les contacts clients et prospects sont centralisés et les commerciaux n'ont alors plus qu'à planifier l'envoi des e-mails pour confirmer les inscriptions et communiquer sur l'offre de formation.

Il s'agit également d'un outil efficace de fidélisation. Il permet ainsi de conserver un contact durable avec les stagiaires, qui peuvent retrouver les documents bien après la fin de la formation et recevoir des informations sur les prochaines sessions qui peuvent les intéresser.



OFFRE DE FORMATION

La question de la digitalisation de l'offre de formation mériterait de lui consacrer un ouvrage à part entière et ne sera pas abordée avec exhaustivité ici. Il est toutefois intéressant de noter que les métiers de la formation et de l'ingénierie sont également concernés par la révolution numérique et qu'une réflexion peut être engagée dans le cadre de la digitalisation des processus internes.

OUTILS NUMÉRIQUES EN FORMATION



Digitaliser tout ou partie de l'offre de formation

Deux tiers des organismes et formateurs jugent que la formation digitale à distance est une transformation irréversible. Ils sont encore plus nombreux à considérer qu'elle représente une nouvelle opportunité de s'ouvrir à certains marchés et types de publics.

Pourtant, l'offre de méthodes pédagogiques digitales actuelle n'est pas cohérente avec cette vision. En effet, en 2016, plus de 50 % des organismes privés de formation ne réalisaient aucune prestation en formations digitales, et seulement 4 % en tiraient plus de la moitié de leur chiffre d'affaires.

Les organismes de formation traditionnels sont confrontés aujourd'hui à une concurrence forte et polymorphe. Ainsi, l'avènement des plateformes de MOOC, telles que FUN ou Coursera, et d'autres formats d'apprentissage en ligne soulève la question du passage au tout numérique.

Il est aujourd'hui possible

d'apprendre l'essentiel à distance, parfois gratuitement. Les formateurs indépendants peuvent désormais vendre leurs prestations en ligne sans passer par des organismes de formation, à condition qu'ils maîtrisent les outils de communication et les réseaux sociaux pour augmenter leur visibilité et se faire une réputation.

Les plateformes de mise en relation entre apprenants et formateurs indépendants contribuent elles aussi à la

désintermédiation du centre de formation traditionnel.

Toutefois, pour les organismes qui n'en ont pas les moyens financiers, techniques ou humains, le passage au tout numérique n'est pas impossible. Les parcours de formation associant des modalités de formation numériques sont déjà bien acceptés. En 2016, ils n'étaient que 18 % à ne disposer d'aucun parcours de ce type, tandis que 35 % des organismes interrogés proposaient un



parcours en blended learning et 72 % un parcours en présentiel dynamisé par des outils numériques (quiz, questionnaires à remplir en ligne, en cours de formation, etc.).

Développer des méthodes pédagogiques digitales

L'étude de l'Observatoire de la branche nous fournit là encore des données intéressantes sur les projets de développement de méthodes pédagogiques digitales. Elle révèle sans surprise que les grands organismes de formation ont pris de l'avance sur le développement de parcours de formation digitaux complets (tels que classes virtuelles ou e-learning sans intervention de formateur). Les serious games, la réalité virtuelle et les MOOC sont encore peu utilisés, car plus sophistiqués, et resteront probablement hors de portée des petits organismes de formation.

On observe ainsi que la majorité des projets de développement de méthodes pédagogiques digitales concernent surtout des modalités de formation à utiliser individuellement ou qui viennent s'intégrer à d'autres types de parcours : tests, bibliothèques de contenus numériques, etc. À titre d'exemple, 40 % des organismes interrogés envisagent d'avoir recours dans un futur proche à des modules d'e-learning, 45 % à des tests de positionnement et d'évaluation et 39 % seulement à des MOOC ou SPOC.



RÉUSSIR SA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE



La révolution numérique est une transformation incontournable qui touche l'ensemble des fonctions et des métiers des organismes de formation. Les nouvelles technologies, si elles ont un coût, sont également de plus en plus accessibles et ouvrent de nouvelles opportunités d'innover. Il revient à chaque organisme d'évaluer et de choisir les solutions les mieux adaptées à son organisation et à sa vision.

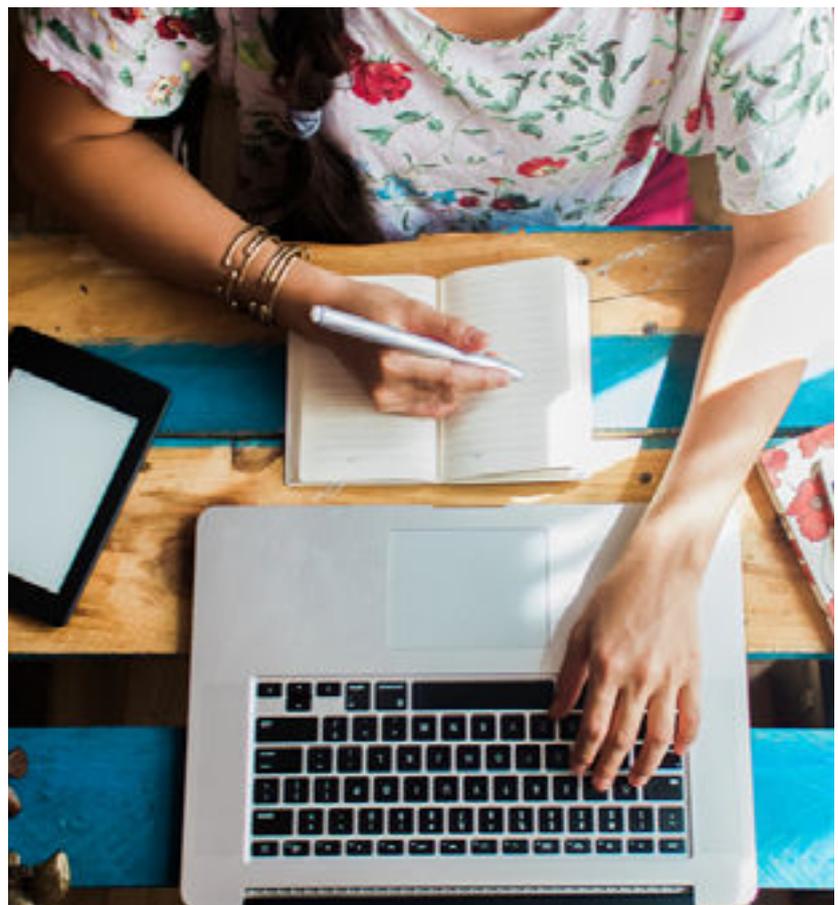
Digitaliser l'offre de formation

Il existe aujourd'hui un grand nombre d'outils permettant de créer de nouvelles modalités de formation et d'innover à l'échelle de son organisme.

À titre d'exemple, le micro-learning est une modalité d'apprentissage court utilisé pour dynamiser la formation avec différents formats de médias. Le contenu peut être intégré au présentiel ou bien être proposé en complément, sur un blog ou sur l'extranet. Les stagiaires peuvent alors revenir à l'apprentissage sur leur temps libre après la forma-

tion ou entre deux sessions. Les outils numériques à proposer sont très variés et nombreux : quiz pédagogiques, capsules vidéo de quelques minutes en lien avec le sujet abordé, flash cards, « mot du jour » ou encore échange par e-mail ou forum (envoi d'exercices, « coaching » hors formation, etc.)

Cette diversification des modes de formation a un avantage : il permet au formateur d'assurer un accompagnement post-formation. La transformation numérique devient alors également un moyen de transmettre les connaissances de manière durable.



Peu importe si l'organisme choisit de passer à des formations 100 % à distance ou d'étoffer son offre en blended learning : chaque entreprise devrait pouvoir s'appropriier, selon ses moyens, des outils pour dynamiser son offre de formation et s'aligner sur les attentes des stagiaires et des prescripteurs. Ces nouveaux outils feront nécessairement émerger de nouvelles compétences, notamment dans le domaine de l'ingénierie de formation.

Digitaliser les processus internes

Au-delà de la digitalisation de l'offre de formation, qui à elle seule constitue un projet d'envergure pour tout organisme, la transformation digitale passe par une rationalisation et une automatisation des processus internes. De la gestion des plannings à la facturation et au suivi des paiements, de la gestion des salles à la production documentaire, éliminer le plus de tâches manuelles et de documents papier possible est sans aucun doute l'objectif à poursuivre. Il y a fort à parier que, si elle demande en amont une réflexion structurée et un investissement en temps et en ressources, l'adoption d'une solution digitale spécialisée, capable de centraliser l'ensemble des fonctions supports de l'entreprise, constitue aujourd'hui le moyen le plus efficace d'entamer et de réussir sa révolution numérique.





QUALITÉ DES FORMATIONS

Depuis le 1^{er} janvier 2017, l'évaluation de la qualité des formations est devenue une obligation légale pour tous les organismes de formation. Mais au-delà de cette obligation et face à un marché fortement concurrentiel, l'entreprise a tout intérêt à adopter une démarche qualité dans tous les aspects de son activité. Le numérique répond à cet enjeu essentiel en offrant les outils nécessaires pour cadrer la démarche qualité.



PRODUIRE DES INDICATEURS DE PERFORMANCES

Produire des indicateurs de gestion

L'un des principaux avantages d'une solution numérique unique est la possibilité de produire tout au long de la vie de l'entreprise des indicateurs de performances (KPI), regroupés dans des tableaux de bord clairs et personnalisables.

L'organisme commence par établir la liste des indicateurs de gestion et d'évaluation des formations les plus pertinents pour son activité. Sans viser l'exhaustivité, il s'agit ici de se concentrer sur un nombre limité d'indicateurs qui serviront les objectifs et les performances de l'entreprise, mais aussi ses obligations administratives d'évaluation. Un bon indicateur est étroitement aligné avec les objectifs de l'entreprise et permet de dégager rapidement les actions à entreprendre. Un tableau de bord clair et facile à présenter sur écran est également un atout.

Pour un organisme de formation, des KPI de gestion

intéressants peuvent être par exemple : le nombre d'heures de formation dispensées, le nombre de stagiaires ou encore le taux de présence aux formations.

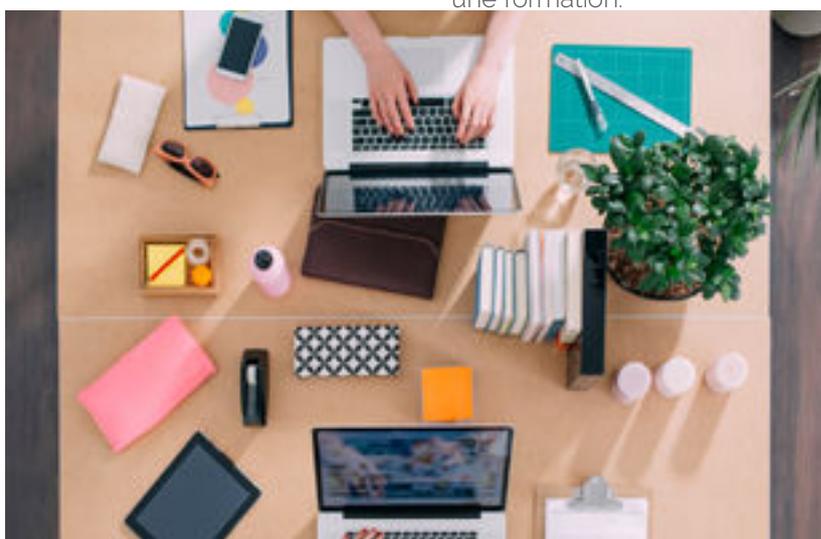
Les données consignées dans le logiciel donnent également une connaissance claire et facile d'accès des formateurs et des tiers. L'organisme de formation sait en quelques instants s'il dispose des compétences requises pour la formation, ou s'il a besoin d'acheter du matériel pour adapter l'accueil ou les outils pédagogiques au

public de la formation.

Produire des indicateurs de coûts

Une analyse poussée des coûts est bien entendu indispensable à une gestion saine des finances de l'entreprise.

Une solution numérique qui permet d'enregistrer l'intégralité des recettes et dépenses liées aux formations est un outil puissant, qui donne une vue complète des différents coûts : honoraires payés aux formateurs externes, frais de déplacement et achats de matériel ou de services, ou répartition des dépenses liées à une formation.



ÉVALUER LA QUALITÉ DES FORMATIONS



Mesurer l'efficacité des processus

Les indicateurs de gestion et de coûts permettent de mesurer l'efficacité des processus mis en œuvre dans la conception, la production et la réalisation des formations. Cette analyse va au-delà d'une simple considération de rentabilité. Par exemple, on peut mesurer le temps consacré à l'analyse des besoins, ou à la conception d'un programme de formation, ou encore à la réalisation de la formation. Moins on passe de temps sur une opération et moins on utilise de ressources pour aboutir au résultat, plus le processus est efficace.

Une analyse de ce type permet d'identifier les lacunes tout au long de la chaîne de production des formations (compétences manquantes, inefficacité de certains outils, etc.) et de s'engager dans une démarche d'amélioration continue.

Mesurer l'efficacité des formations

L'efficacité des formations se mesure selon plusieurs aspects. Tout d'abord, l'organisme mesure les réactions des stagiaires : perçoivent-ils le contenu de la formation comme pertinent, leurs objectifs ont-ils été remplis, repartent-ils chez eux avec le bagage de connaissances qu'ils étaient venus chercher en formation ? Pour cela, on utilise généralement des questionnaires de satisfaction et d'évaluation à



remplir à l'issue de la formation. Ces questionnaires peuvent être dématérialisés pour faciliter la saisie et l'exploitation des résultats.

La mesure de l'apprentissage permet d'évaluer les compétences et connaissances pendant et après la formation. Cette étape de l'évaluation peut être dynamisée par des quiz en ligne ludiques.

L'objectif étant de transmettre la connaissance de manière durable, il est également important d'évaluer le transfert des connaissances dans l'activité ou le métier des apprenants en mettant en place un suivi post-formation, avec des évaluations de compétences et des questionnaires. Là encore, une solution numérique facilite

grandement cette démarche. Un forum ou des questionnaires en ligne invitent les participants à revenir sur le contenu de la formation et à communiquer facilement leur retour d'expérience.

Centraliser l'ensemble de l'évaluation de la formation pour les stagiaires comme pour les autres intervenants dans un outil numérique unique garantit la traçabilité des opérations et des justificatifs à fournir aux financeurs ou partenaires – et permet bien entendu de rester en conformité avec la réglementation.





PERFORMANCES COMMERCIALES

De nombreux logiciels de gestion de la formation permettent de gérer l'opérationnel et le marketing dans un même outil. Gestion des contacts, automatisation des e-mails, statistiques... les fonctions de CRM permettent de rationaliser l'ensemble de la chaîne marketing et de donner un coup de pouce aux performances commerciales.

GÉRER LA RELATION CLIENT



Optimiser la gestion des contacts

- Ne plus jongler entre différents logiciels, messagerie et carnets d'adresses : c'est là tout l'intérêt des fonctions de gestion de la relation client incluses dans certains ERP. Ces modules permettent d'identifier et de renseigner tous les clients et prospects de l'organisme de formation, mais aussi tous les autres intervenants de l'action de formation (OPCA, financeurs, formateurs, etc.). La granularité de ces fonctions est un aspect important : dans l'idéal, il devrait être possible d'identifier les entreprises, leurs salariés, ainsi que les particuliers, et de les catégoriser selon différents critères : fonction au sein de leur structure, stade de l'acquisition chez l'OF (client, prospect), etc.

- Il s'agit de centraliser toutes les informations administratives des contacts (raison sociale, adresse de facturation, coordonnées téléphoniques et électroniques) afin de fluidifier les communications avec les financeurs comme avec les

clients en s'adressant toujours au bon interlocuteur.

Gérer efficacement l'action commerciale

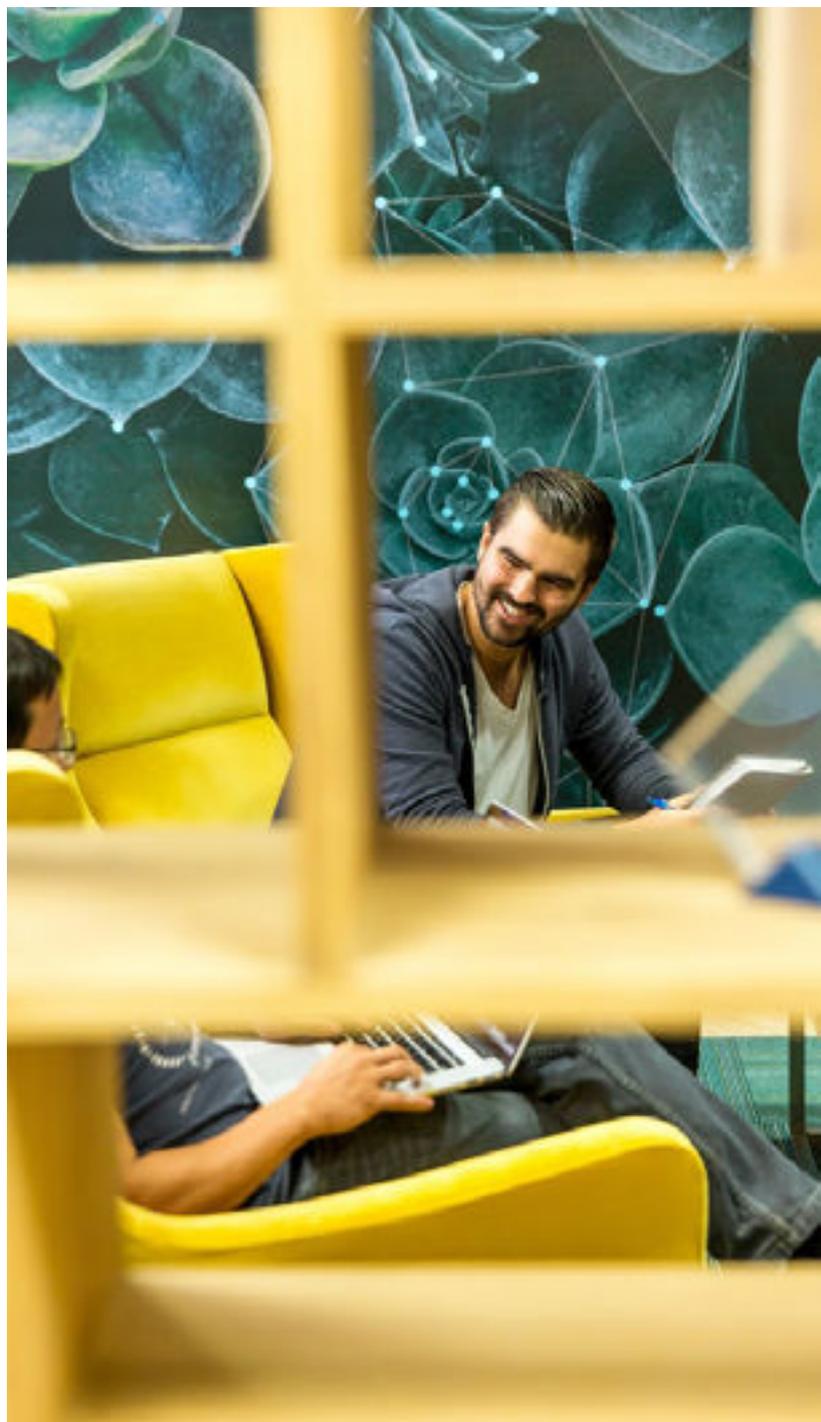
Certains outils constituent un véritable CRM qui optimise les processus commerciaux internes. Les expressions des besoins, les appels et les rendez-vous clients ainsi que

les actions et propositions commerciales sont consignés dans le logiciel. Les collaborateurs des OF obtiennent ainsi une synthèse claire qui les aide à prioriser leurs actions et à répondre dans les meilleurs délais aux demandes des clients. Les solutions en ligne présentent un avantage certain : le partage de l'information



au sein de l'organisme est grandement facilité, avec l'attribution de contacts et de tâches à certains collaborateurs, le suivi des propositions commerciales au niveau du responsable et de l'organisme entier, etc.

La gestion des devis devrait être la plus simple et la plus fluide possible, avec la possibilité de générer les devis à partir de modèles, suivre l'avancement des propositions, ajouter des dates de relance et automatiser au maximum la gestion des tâches pour les commerciaux. La production de statistiques (devis gagnés et perdus, performances des commerciaux, motifs des refus) est également une fonction intéressante pour la démarche d'amélioration continue de l'entreprise.



GÉRER LES ACTIONS MARKETING



Automatiser la gestion et l'envoi des e-mails

La transformation digitale passe aussi par l'automatisation de fonctions aussi simples que l'e-mail. Si l'on considère que les cadres en entreprise passeraient entre 5 et 6 heures par jour à lire et envoyer des e-mails², le potentiel d'optimisation est énorme.

² Sources : Étude Adobe Campaign réalisée en juillet 2015 auprès de 1600 cadres européens et américains

Les logiciels de messagerie traditionnels comme Outlook et Thunderbird ne permettent pas un suivi complet des relations clients et marketing et leurs fonctions d'automatisation sont limitées. Une solution SaaS qui intègre la fonction messagerie constitue donc un argument de poids.



Utiliser des modèles de message paramétrables, à l'image de l'entreprise, permet de gagner un temps considérable et d'assurer la qualité des communications en réduisant le risque d'erreur humaine. Différents modèles peuvent être utilisés en fonction du destinataire et du type de message envoyé (relance d'un prospect, premier contact avec un client potentiel, communication avec les stagiaires avant la formation, pour n'en citer que quelques-uns).

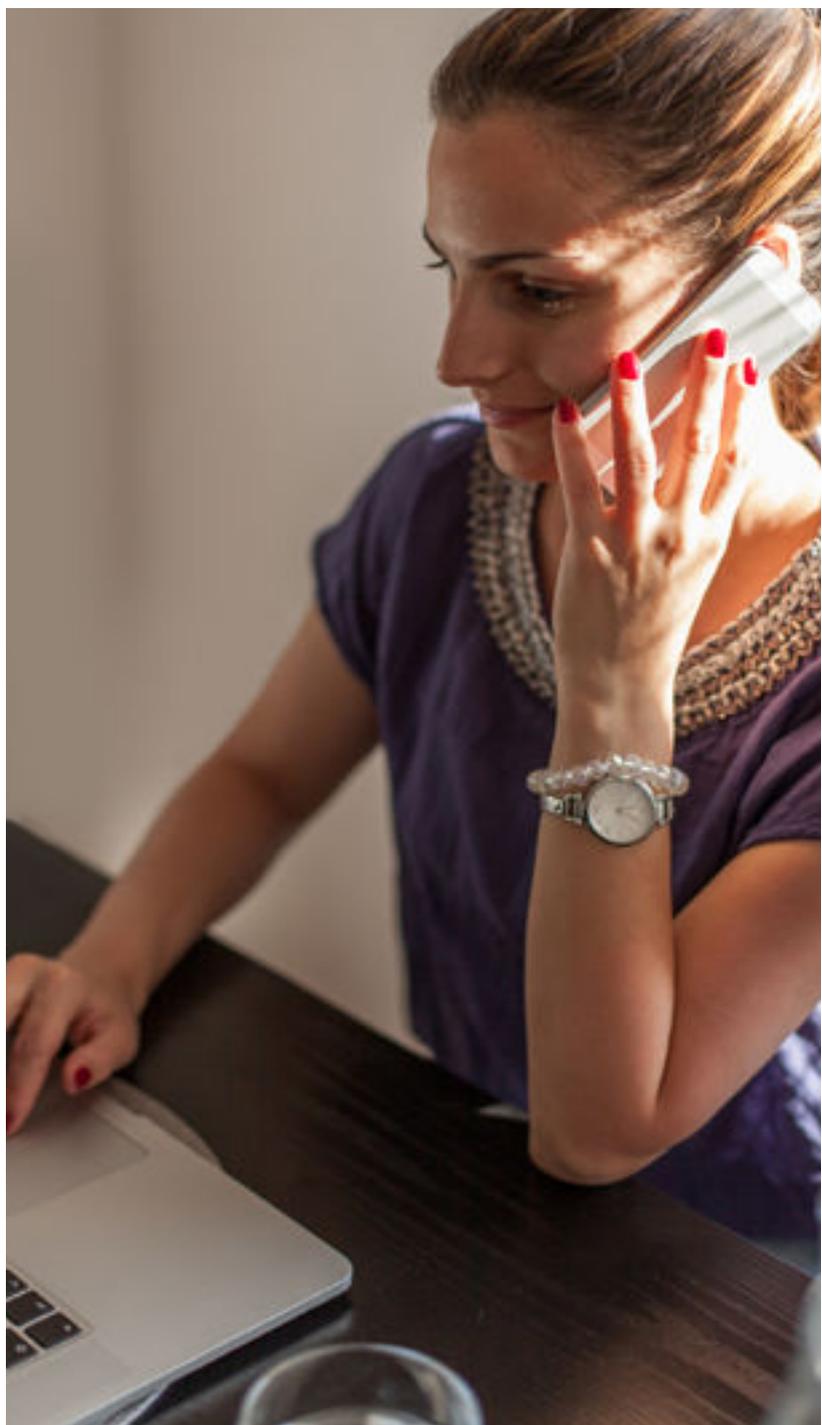
Certains logiciels permettent d'associer l'automatisation de la gestion des



fichiers : une facture mise à jour peut ainsi être jointe automatiquement à l'e-mail d'envoi.

La planification des envois constitue également un atout considérable : les messages sont conçus à l'avance, puis personnalisés en fonction de la situation. L'envoi est planifié pour correspondre à des événements particuliers : le début imminent d'une formation déclenche l'envoi d'informations pratiques aux stagiaires. Un questionnaire d'évaluation en ligne est envoyé à la fin d'une formation. Les e-mails sont envoyés automatiquement, les collaborateurs peuvent en faire le suivi directement dans le logiciel. Ce type de fonction demande une préparation précise à l'avance, mais fait gagner du temps sur le long terme tout en réduisant le risque d'oubli et d'erreur. Un avantage certain au vu des obligations légales en matière d'information des stagiaires, qui doivent recevoir de nombreux documents à différentes étapes de la vie de la convention.

Dans le même ordre d'idée, l'organisme de formation peut automatiser l'envoi d'une newsletter adaptée aux différents segments de sa clientèle pour les informer de la mise à jour de son catalogue de formation, de l'organisation de prochaines sessions, etc.



Automatiser le catalogue des formations

Le catalogue des formations représente un enjeu crucial pour un OF. Non seulement il doit comporter un certain nombre de mentions légales obligatoires, mais il s'agit également de l'outil marketing par excellence. C'est lui qui saura convaincre de la qualité et de l'intérêt des formations dispensées par l'organisme. C'est pourquoi il a besoin d'être extrêmement soigné et précis.

Des solutions de gestion de la formation permettent d'automatiser la saisie et la

gestion du catalogue. L'organisme saisit les caractéristiques de chaque formation inter ou intra dans un formulaire type : thématique, objectifs, public visé et modalités (prix, nombre de participants maximal, prérequis, déroulement, etc.). L'outil devrait permettre de saisir la description de chaque formation une seule fois et de produire automatiquement un catalogue complet, consultable sur le site ou l'extranet de l'organisme. Les données du catalogue sont également utilisées pour produire les documents de formation (conventions, etc.)

Exploiter tout le potentiel du référencement sur Internet

Un catalogue en ligne est un outil marketing redoutable : il permet à l'organisme de formation de référencer toute son offre sur les moteurs de recherche et d'être trouvé par les internautes qui cherchent une formation sur un thème particulier. L'entreprise peut aussi proposer sur un site marchand, des webinaires ou des formations dont l'inscription s'effectue en ligne, grâce à la synchronisation de l'ERP et du site e-commerce.

Par exemple, le catalogue en ligne est mis à jour en temps réel à chaque modification apportée dans le logiciel. Inversement, les inscriptions effectuées par l'intermédiaire du site marchand sont ajoutées automatiquement à la base de données et le nombre de places disponibles est actualisé sur le site.



À PROPOS DE L'AUTEUR

La société **A World For Us** édite des solutions innovantes en mode SaaS à destination des organismes de formation et des formateurs indépendants. Depuis 2009, forts de notre expertise en technologies web et de notre expérience de la formation, nous développons des outils pédagogiques, une solution de formation à distance et un logiciel de gestion administrative, Digiforma, utilisé aujourd'hui par plus de 800 organismes de formation.

Nous restons fidèles à notre objectif : simplifier la formation professionnelle en proposant des outils performants et libérer les organismes de formation et les formateurs des contraintes administratives et techniques pour leur permettre de se concentrer sur ce qui est vraiment important : transmettre le savoir et les savoir-faire aux stagiaires.

www.digiforma.com



Digiforma



www.digiforma.com



contact@digiforma.com



+33 1 86 76 10 98



[linkedin.com/company/digiforma](https://www.linkedin.com/company/digiforma)



twitter.com/digiforma



[facebook.com/DigiformaPro](https://www.facebook.com/DigiformaPro)