1er baromètre du e-learning en Europe

CrossKnowledge

FéFaUR

Ipsos

Edito

Le baromètre européen du e-learning mené par CrossKnowledge, Fēfaur et Ipsos offre pour la première fois un panorama détaillé des pratiques comparées du e-learning sur les principaux marchés européens. Un panorama riche d'enseignements.

Trois grands enseignements se dégagent à l'analyse : En premier lieu, il existe bel et bien une pratique européenne du e-learning. Une façon commune d'introduire et de déployer le e-learning semble en effet à l'œuvre sur les marchés étudiés, au-delà de la maturité plus ou moins affirmée de certains d'entre eux et des spécificités culturelles toujours présentes.

Deuxième enseignement, la généralisation du e-learning, qui bien que loin d'être acquise, laisse présager d'un bel avenir. Que ce soit en termes de thématiques ou de populations cibles, ce mode de formation est en pleine croissance. L'étude montre en effet que plus on a recourt au e-learning plus on prévoit d'en développer l'usage dans les années qui viennent, en s'appuyant notamment sur une palette élargie de supports et de dispositifs.

Sur ce dernier point, le blended learning s'impose comme la référence. Néanmoins, les entreprises sont de plus en plus nombreuses à plébisciter également la mise à disposition de formations e-learning en self-service ainsi que l'accès d'espaces collaboratifs auprès d'un grand nombre de salariés. Le e-learning devient alors un élément structurant du support à la performance individuelle et collective.

Voilà de quoi rassurer les entreprises qui hésitaient encore !

Steve Fiehl
Chief Innovation Officer
CrossKnowledge

Michel Diaz
Directeur Associé
Fēfaur

Antoine Solom
International Director
IPSOS Loyalty

Sommaire

Edito 03

Méthodologie 05

Antériorité du e-learning 06

Part du e-learning 08

Pénétration du e-learning 10

Evolution du e-learning 12

Objectifs assignés au e-learning 14

Audience du e-learning 16

Champs d'application du e-learning 18

Quelles ressources e-learning ? 20

Quels dispositifs e-learning ? 22

Facteurs clés de succès et freins au e-learning 24

Indicateurs de suivi du e-learning 26

A propos 28

Méthodologie

Les objectifs du 1er baromètre du e-Learning en Europe

Pour cette première édition, le baromètre du e-Learning en Europe vise à mettre en perspective la place du e-Learning au regard des stratégies de formation. Il a également pour objectif de mieux comprendre les usages du e-Learning selon 3 grands axes :

- Place du e-Learning et évolution
- Modalités de déploiement et champs d'application
- Conditions de succès et indicateurs de suivi

La méthodologie

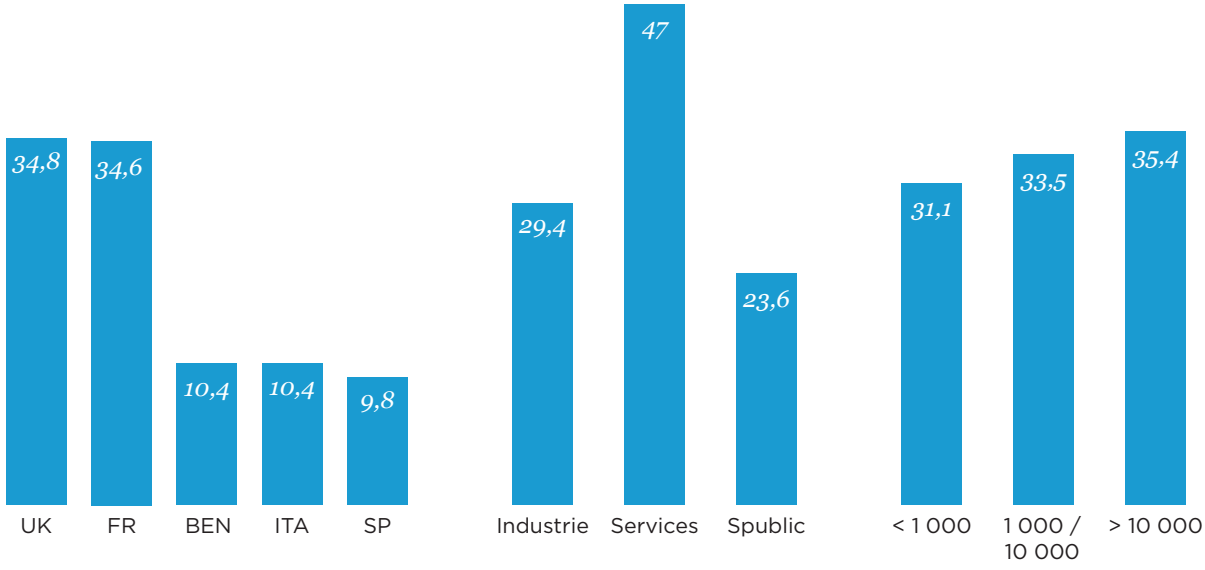
Ce baromètre a été mené entre le 8 septembre 2011 et le 7 octobre 2011 dans 6 pays européens : France, Angleterre, Espagne, Italie, Belgique et Pays-Bas. Co-réalisé par CrossKnowledge, Fēfaur et Ipsos, il a également reçu le soutien des associations professionnelles suivantes : Learning and Skills Group en Angleterre, AEDIPE en Espagne et AIDP en Italie.

Il a été élaboré sur la base d'un questionnaire en ligne et a permis d'interroger 511 directeurs et responsables formation. 100 % des répondants font partie d'entreprises ayant toutes mis en œuvre du e-learning.

La structure de l'échantillon

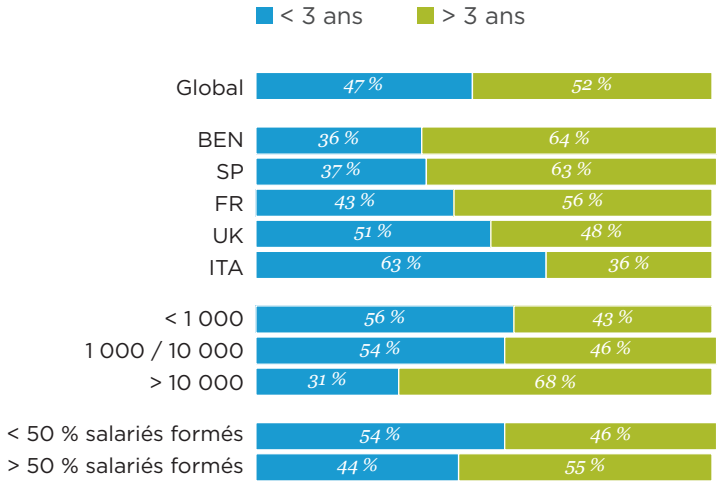
La structure de l'échantillon permet une analyse pertinente par pays, tailles d'entreprises ou secteurs d'activité.

L'ensemble des résultats présentés dans ce document est exprimé en pourcentage de réponses.



Antériorité du e-learning

▼ Depuis quand l'e-learning a-t-il été introduit dans votre entreprise?



Premier constat : un bon équilibre en termes d'antériorité, entre les entreprises ayant introduit le e-learning depuis plus de 3 ans (52 %) et celles qui s'en sont dotées plus récemment (48 %). Parmi les pays les plus « en avance », on note plus particulièrement le Benelux et l'Espagne avec respectivement 64 % et 63 % des répondants. Ces pays profitent en effet depuis le début des années 2000, d'une offre e-learning soutenue localement par des dispositions fiscales avantageuses.

Si la France reste dans le peloton, nous verrons qu'elle accuse cependant un retard en termes de pénétration de la modalité e-learning comparée à ses homologues européens. La prééminence de la formation présentielle, bien ancrée dans le dispositif de formation continue tel qu'il s'est dessiné à partir des années 1970, est certainement une des sources d'explication.

On aurait pu penser à une antériorité plus importante du e-learning dans les entreprises britanniques… il n'est est rien.

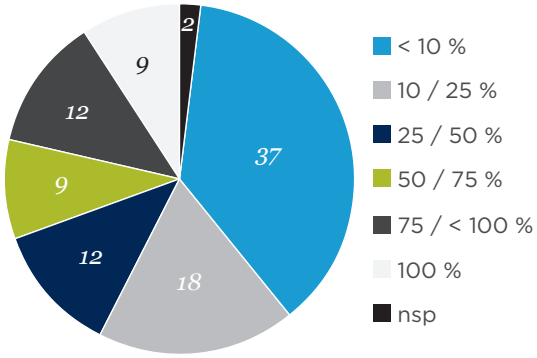
Autre enseignement d'importance, confirmant les résultats d'autres études menées dans différents pays : les grandes entreprises ont la plus grande antériorité dans le e-learning. Rien d'étonnant à cela : le nombre important de salariés à former, la nécessité d'aligner en temps réel leurs

“Une antériorité nettement plus marquée dans les grandes entreprises : 68 % des entreprises de plus de 10 000 salariés ont introduit le e-learning depuis plus de 3 ans”

compétences aux besoins des affaires, aux quatre coins du monde, et à moindre coût… autant de facteurs qui ont poussé les grandes entreprises à s’intéresser au e-learning dès le début des années 2000.

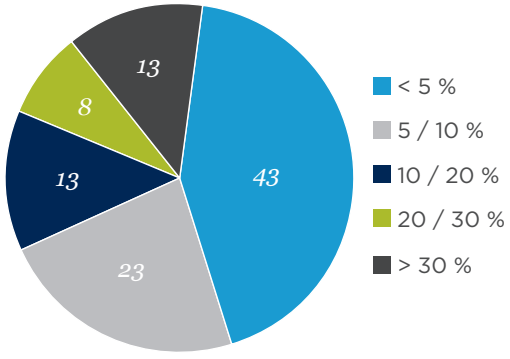
Part du e-learning

▼ En 2010, combien de salariés ont suivi au moins une formation en e-learning ?



Ces chiffres doivent être mis en regard de la relative jeunesse du marché du e-learning. On peut toutefois constater qu'en 2010, dans 30 % des entreprises, plus de la moitié des salariés ont suivi au moins une formation e-learning.

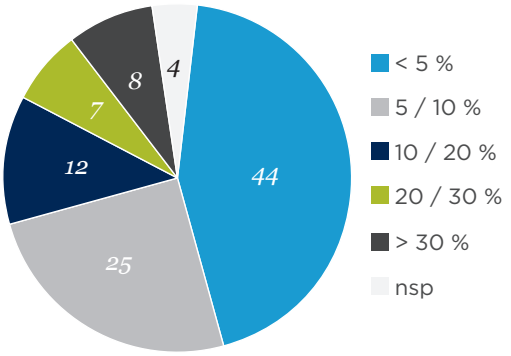
▼ Quelle part représente l'e-learning dans l'ensemble de la formation délivrée par votre entreprise ?



Dans 20 % des cas, le e-learning représente déjà plus de 20 % du temps total de formation.

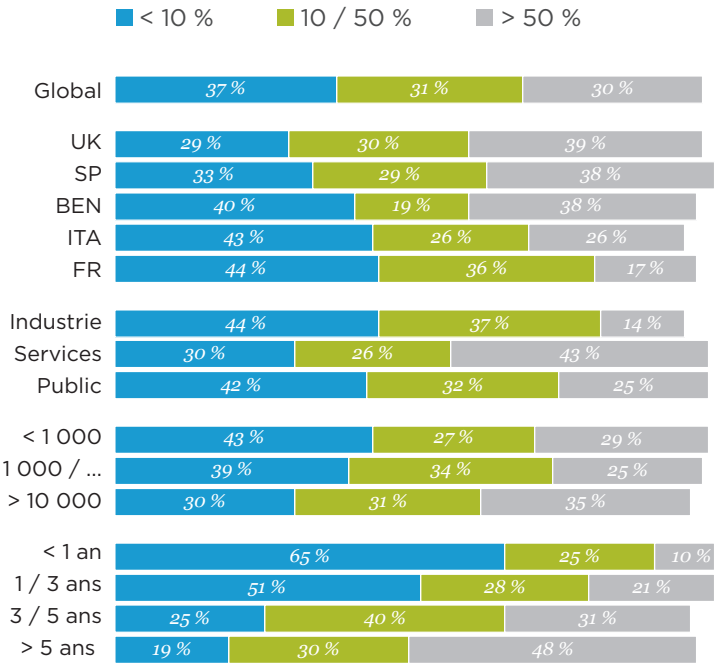
▼ Quelle part représente l'e-learning dans votre budget formation ?

Quant aux budgets consacrés au e-learning, ils représentent encore moins de 10% des dépenses totales pour la grande majorité des entreprises interrogées. Il faut certainement y voir la difficulté des entreprises, jusqu'alors habituées à gérer les coûts d'exploitation de la formation présentielle, à intégrer désormais le nouveau modèle de dépenses d'investissements des solutions e-learning.



Pénétration du e-learning

▼ En 2010, combien de salariés ont suivi au moins une formation en e-learning ?
(en % du nombre de total de salariés)



Les chiffres précédents varient bien évidemment selon les pays, les secteurs d'activité, les tailles d'entreprise et surtout l'antériorité dans le e-learning.

Notons en particulier que le nombre de salariés ayant suivi au moins une formation en e-learning en 2010 est plus important dans les grandes entreprises et dans le secteur des services.

Dans le secteur bancaire par exemple, le poids plus important du e-learning s'explique notamment par i) l'évolution rapide des produits, des services et des règles, nécessitant des efforts de formation rapides et massifs ii) la densité en équipement informatique des postes salariés, plus importante que dans d'autres secteurs, iii) le niveau d'éducation initiale des salariés, iv) ainsi que leur taux de nomadisme, plus élevé que la moyenne.

“Le secteur des services en pointe dans l’utilisation du e-learning”

On ne sera pas étonné a contrario du retard relatif du secteur de l’industrie, notamment en raison de l’organisation du travail et de l’équipement « limité » des postes en environnement industriel.

En France seules 17 % des entreprises (contre près de 40 % pour le Royaume-Uni, l’Espagne et le Benelux) ont formé 50 % et plus de leurs salariés par le biais du e-learning. Encore peut-on se demander si les formations e-learning intégrées dans des parcours de formation mixte (Blended Learning), très prisés dans l’Hexagone, ont toutes été prises en compte par les entreprises françaises ayant répondu… auquel cas, le retard relatif serait moindre. On peut néanmoins s’interroger sur la difficulté apparente des entreprises françaises à adopter plus massivement le e-learning.

Si on croise les facteurs taille d’entreprise et antériorité, la part dédiée au e-learning croit considérablement au sein du segment des grandes entreprises utilisant la modalité distancielle depuis plus de 3 ans.

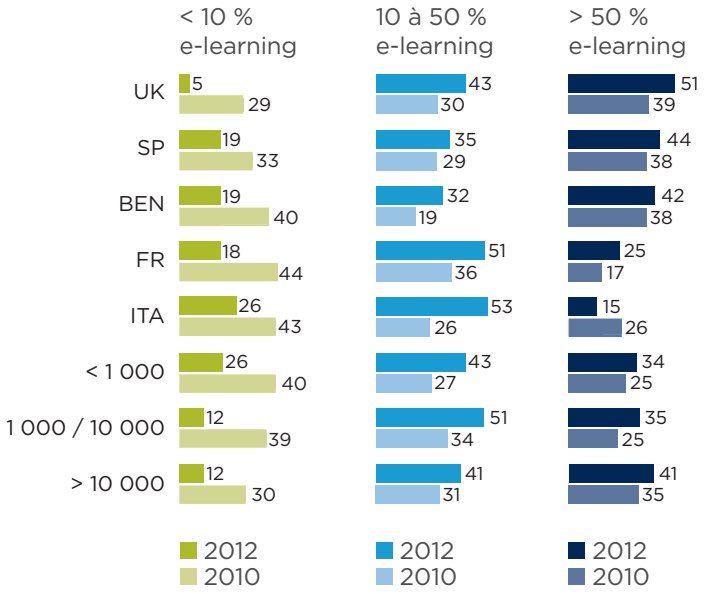
Evolution du e-learning

Les entreprises interrogées prévoient une forte progression du e-learning en 2012. Ainsi, le pourcentage d'entreprises qui forment « peu » leurs salariés en e-learning (moins de 10 %) va très fortement baisser de 37 % en 2010 à 15 % en 2012.

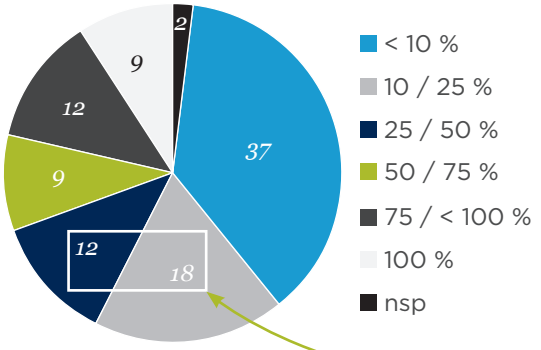
A l'inverse, les formations e-learning toucheront un nombre croissant de salariés dans chaque entreprise dès 2012. La part des entreprises formant entre 10 et 50 % de leurs salariés en e-learning passera de 30 à 45 % de l'échantillon entre 2010 et 2012.

Il faut y voir un signe de maturité : après avoir testé et validé les bénéfices du e-learning sur un nombre restreint de salariés, les entreprises le mettent en œuvre sur des problématiques de formation et des populations cibles beaucoup plus larges.

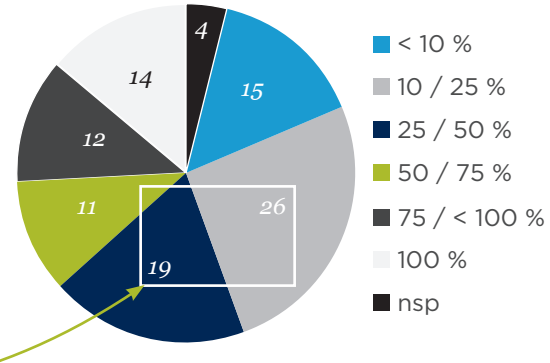
▼ Evolution à l'horizon 2012 par pays et par tailles d'entreprises



▼ En 2010, combien de salariés ont suivi au moins une formation en e-learning ?



▼ Quel objectif visez-vous en 2012 ?



L'analyse par pays montre des disparités entre pays. Les entreprises anglaises notamment développent très fortement l'usage du e-learning : 51 % d'entre elles délivreront en 2012 au moins une formation e-learning à plus de 50 % de leurs salariés (contre 39 % en 2010). Ainsi, alors que ces mêmes entreprises avaient adopté le e-learning plus récemment que leurs homologues européennes, elles seront largement en tête en matière d'usages dès 2012... démonstration du « pragmatisme anglo-saxon » visant à généraliser rapidement après un test concluant. Les entreprises françaises et italiennes seront elles aussi plus nombreuses à former par e-learning leurs salariés. En effet la part des entreprises formant à distance 10 à 50 % de leurs effectifs passera de 36 % (2010) à 51 % (2012) en France, et de 26 % à 53 % en Italie.

Cette accélération/massification de l'usage du e-learning concerne les entreprises de toute taille, les grandes tout autant que les PME, puisqu'on note que les entreprises de moins de 1 000 salariés formant 10 % à 50 % de leur effectif en e-learning passeront de 27 % à 43 % entre 2010 et 2012. La tendance est identique pour les entreprises entre 1 000 et 10 000 salariés qui passent de 34 % à 51 % de salariés formés en e-learning.

Il ressort en synthèse que « l'approche e-learning » est devenue crédible pour les entreprises de toute taille. Après un usage réservé pendant des années, aux grands comptes, ces derniers ont essaimé auprès de leurs partenaires et sous-traitants de taille plus modeste, en leur proposant notamment des formations e-learning sur leurs produits et processus.

Par ailleurs, l'émergence progressive de grands catalogues de contenus e-learning sur étagère a rendu le e-learning plus abordable pour la plupart des entreprises. Les plus petites, ne pouvant plus se permettre d'immobiliser longtemps leurs salariés en formation, adoptent le e-learning comme une solution de formation plus compatible avec les impératifs opérationnels.

Objectifs assignés au e-learning

45 % des entreprises fixent au e-learning l'objectif d'optimisation des coûts de la formation. Les incertitudes économiques ne manqueront pas de renforcer cette tendance, comme on a déjà pu le constater dans le passé.

Elles attendent également à 37 %, que les formations e-learning les affranchissent des limites physiques de la formation présentielle pour former un plus grand nombre de collaborateurs

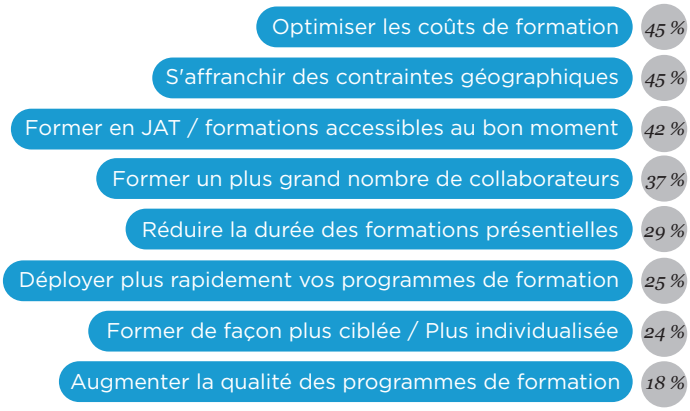
Ces deux chiffres doivent être mis en relation car, si les entreprises sont nombreuses à vouloir maintenir ou réduire leur budget global de formation, elles souhaitent en même temps former un plus grand nombre de collaborateurs. L'enjeu du coût horaire de formation est donc au cœur des besoins, et si 29 % des entreprises demandent au e-learning de participer à la réduction de la durée des formations présentielles, c'est également pour en optimiser les coûts. Ces réponses évoquent la limite de l'exercice à la réduction des coûts de la formation en salle, dont les premiers leviers (pressions sur les coûts des formateurs, baisse de la durée des formations en salle, augmentation de la taille des groupes…) ont déjà été optimisés au cours des années 1990-2000. La formation à distance, par sa structure de coûts fixes et sa logique d'investissement amont participe de la rupture du modèle économique de la formation.

La capacité à pouvoir proposer des formats e-learning variés (modules, videocasts, mobile learning, serious game, questionnaires…) de durée de plus en plus courte accélère également la baisse des coûts horaires de formation, et en séquence l'augmentation du nombre d'apprenants. Les usages nomades (smartphone, tablettes numériques…) s'inscrivent dans cette tendance et annoncent de nouvelles séquences pédagogiques encore plus courtes de type micro learning.

L'affranchissement des contraintes géographiques est un objectif tout aussi important que celui de l'optimisation des coûts. Les deux sont bien évidemment liés car le e-learning permet à l'entreprise de réduire fortement les frais de déplacement et de séjour.

L'affranchissement des contraintes géographiques est également corrélé aux besoins i) de formations en juste à temps (42 %), accessibles au bon moment, ii) et de vitesse de déploiement (25 %).

“Un double enjeu : renforcer l’efficacité de la formation et optimiser les coûts”



◀ Quels sont les objectifs que vous assignez prioritairement au e-learning ?

Les critères d’individualisation des formations, et d’augmentation de la qualité des programmes de formation apparaissent en bas de la hiérarchisation des besoins, démontrant combien les entreprises sont en premier lieu concentrées sur les avantages opérationnels et les bénéfices intrinsèques du e-learning et de la formation blended : la baisse des coûts, l’élargissement des cibles et des territoires, l’augmentation de la vitesse de déploiement, l’accès en juste à temps.

Audience du e-learning

Le e-learning n'est plus réservé à des populations restreintes. Son audience a vocation à s'élargir à tous les salariés, en particulier dans les entreprises où le e-learning est utilisé depuis plus longtemps, ce qui conforte le constat d'un e-learning « plus universel » capable d'adresser et de couvrir les besoins de l'ensemble des populations cibles.

Le e-learning connaît ainsi une double généralisation : il s'étend à des entreprises qui étaient restées à l'écart ; surtout, après une phase d'expérimentation auprès de populations cibles susceptibles d'en tirer les plus grands profits - commerciaux, managers et nouveaux embauchés - l'ensemble des salariés finissent par être concernés.

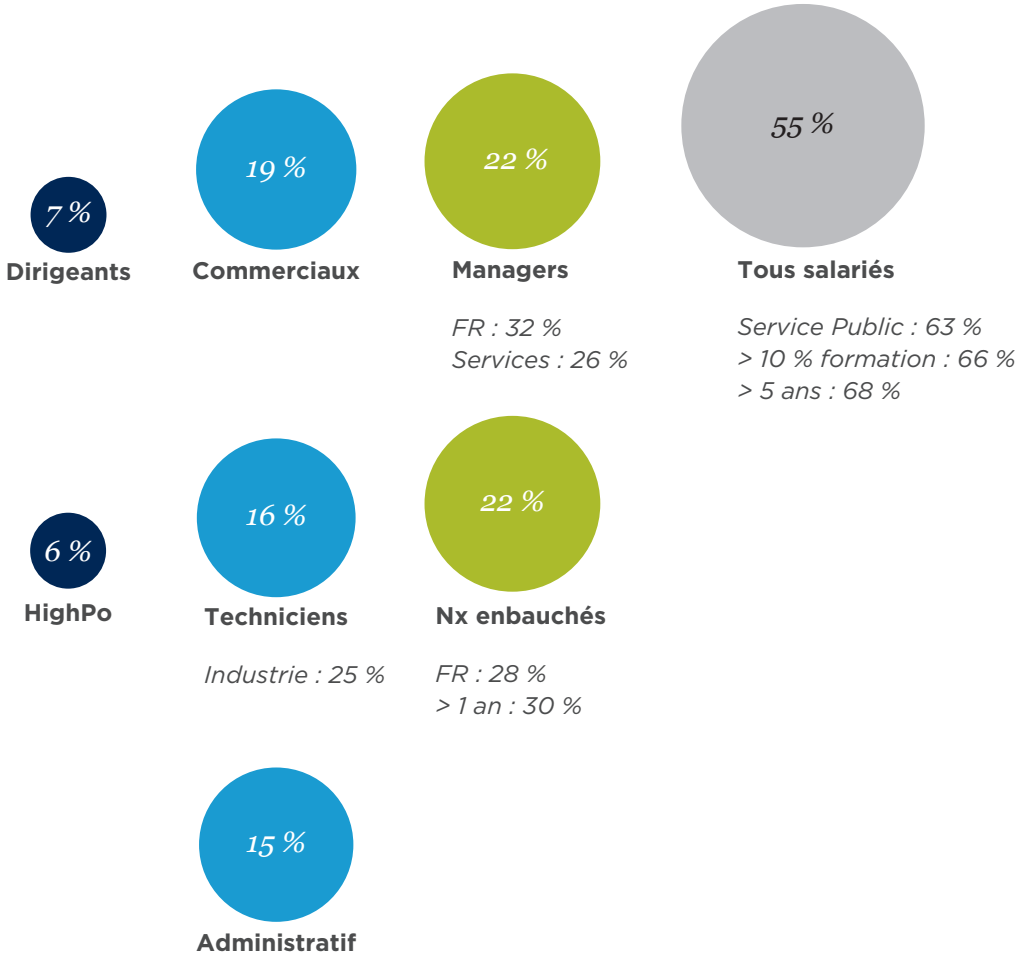
Les commerciaux sont traditionnellement les plus exposés aux formations en e-learning, ce qui présente l'avantage, par exemple lors du lancement d'un nouveau produit, de proposer une formation délivrée partout en juste à temps et avec la plus grande homogénéité, disponible le plus souvent en multilingue. Cette remarque vaut aussi bien pour les grandes entreprises que pour les PME à réseau.

Les managers sont aussi de forts consommateurs de e-learning. Cette population exprime la volonté de se former plus, plus rapidement, en organisant soi-même sa formation. Dans un nombre croissant d'organisations, les managers deviennent également eux-mêmes des prescripteurs de formation, notamment de e-learning. Il n'est donc pas étonnant qu'ils en soient les premiers utilisateurs.

Au cœur de la gestion des talents, la formation initiale et professionnalisante des nouveaux embauchés s'appuie de plus en plus sur le e-learning, choisi pour ses qualités de rapidité d'accès, d'individualisation et de qualité. Cette tendance à former les nouveaux collaborateurs à distance s'accroît avec l'ancienneté du e-learning dans l'entreprise. A ce titre, les entreprises françaises sont en pointe sur l'utilisation du e-learning dans les parcours d'intégration.

Ces tendances doivent être lues en relation avec les thématiques de formation proposées en e-learning, couvrant des domaines de plus en plus larges, notamment au travers de catalogues de contenus sur étagère toujours plus larges et de mieux en mieux adaptés.

▼ Dans votre entreprise, à quelle(s) population(s) l'e-learning est-il destiné en priorité ?



Champs d'application du e-learning

Les champs d'application prioritaires du e-learning sont sensiblement les mêmes que ceux de la formation continue traditionnelle dans les entreprises.

En effet, la part des formations métiers prédomine : 67 % des entreprises utilisent le e-learning dans ce champ de la formation. Nous le verrons, c'est le thème principal des contenus e-learning développés sur mesure.

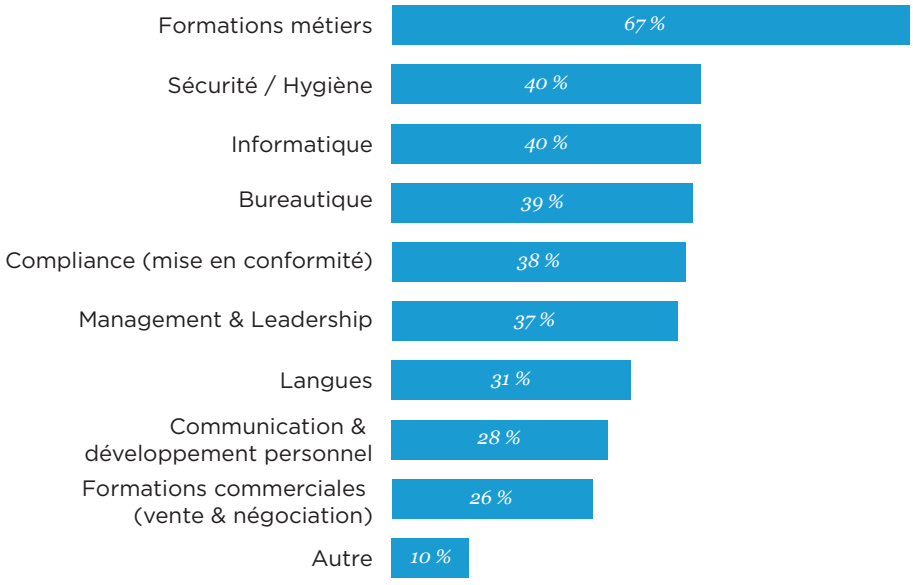
On voit cependant apparaître depuis quelques années de nouveaux catalogues de contenus e-learning sur étagère touchant à des métiers et des branches d'activité spécifiques. Ces contenus sont souvent produits à partir de la généralisation à tout un secteur d'activité de projets initiaux sur mesure. Ils sont le plus souvent délivrés avec un accompagnement (e-learning tutoré) ou dans le cadre d'une formation mixte (blended learning).

La thématique de l'hygiène et de la sécurité, ainsi que celle de la mise en conformité qui lui est en partie liée, sont également des champs d'application privilégiés du e-learning. Ce sont des formations qui concernent peu ou prou l'ensemble des salariés d'un département ou de l'entreprise. Elles sont de plus en plus souvent obligatoires. L'entreprise ne veut et ne peut s'y soustraire, sauf à encourir des risques juridiques importants. Ce mouvement est toutefois beaucoup moins appuyé en France (Sécurité/ Hygiène : 25 % des répondants – Compliance : 28 %) qu'au Royaume-Uni (57 % et 53 % des répondants respectivement). Les entreprises françaises confient encore la couverture de ces thématiques à des modalités de formation traditionnelle. Ce faisant, elles se privent encore des bénéfices de coût, de rapidité, et (surtout, pour ces thématiques), de la traçabilité et de la mesure des acquis offerts par le e-learning.

En parallèle du choix historique du e-learning pour les formations informatiques et bureautiques, notons la montée en puissance des thématiques de management, leadership, communication et développement personnel dans les grandes entreprises. Cette tendance s'accentue pour les entreprises ayant introduit le e-learning depuis plus de 5 ans, et se renforce des plans de développement des compétences de savoir-être auxquelles les entreprises accordent une importance croissante.

“Une palette de thèmes qui s’étoffe au sein des grandes entreprises”

▼ Quelles sont aujourd’hui les thématiques / champs d’application pour lesquels vous avez recours au e-learning dans votre entreprise ?



	> 10 000	> 5 ans
Formations métiers	75	75
Sécurité / Hygiène	39	38
Informatique	52	51
Bureautique	49	54
Compliance (mise en conformité)	39	47
Management & Leadership	45	49
Langues	45	56
Communication & développement personnel	40	43
Formations commerciales (vente & négociation)	54	48
Autre	10	5

On ne s’étonnera pas de la part, quasi inexistante, que les langues représentent dans l’utilisation du e-learning au Royaume-Uni, compte tenu de leur maîtrise de l’anglais, la langue dans laquelle les entreprises (non anglaises) investissent le plus en formation.

Quelles ressources e-learning ?

En relation avec la part des formations métiers précédemment évoquées, les modules sur mesure restent le type de ressources «e-learning» le plus utilisé avec les évaluations en ligne. Il est intéressant de noter que les deux taux sont très proches.

De fait, la convergence entre modules sur mesure et évaluations en ligne est largement à l'œuvre : la plupart des modules (sur mesure ou sur étagère) intégrant en effet une évaluation (le plus souvent obligatoire, pour sanctionner le niveau de connaissance).

L'intensification de ces modalités - modules sur mesure et évaluations en ligne - confirme toute la valeur que les entreprises leur portent.

Avec un taux de 37 %, la part des modules sur étagère est toutefois importante, et en pleine croissance puisque près de 25 % des entreprises prévoient d'ailleurs d'intensifier leur utilisation.

Autre enseignement de ce baromètre : la part déjà importante de l'utilisation des espaces collaboratifs et des videocasts. Plus surprenant encore la volonté des entreprises d'intensifier à court terme ces modalités. Sans doute faut-il y voir la reconnaissance des applications 2.0 plébiscitées par la génération Y, et de leurs impacts en termes de capitalisation du savoir et d'échange des bonnes pratiques.

Quant au développement de la modalité e-book dans les entreprises, il faudra certainement attendre de mesurer l'impact des liseuses lancées par les grands libraires en ligne, et les nouveaux usages de lecture associés.

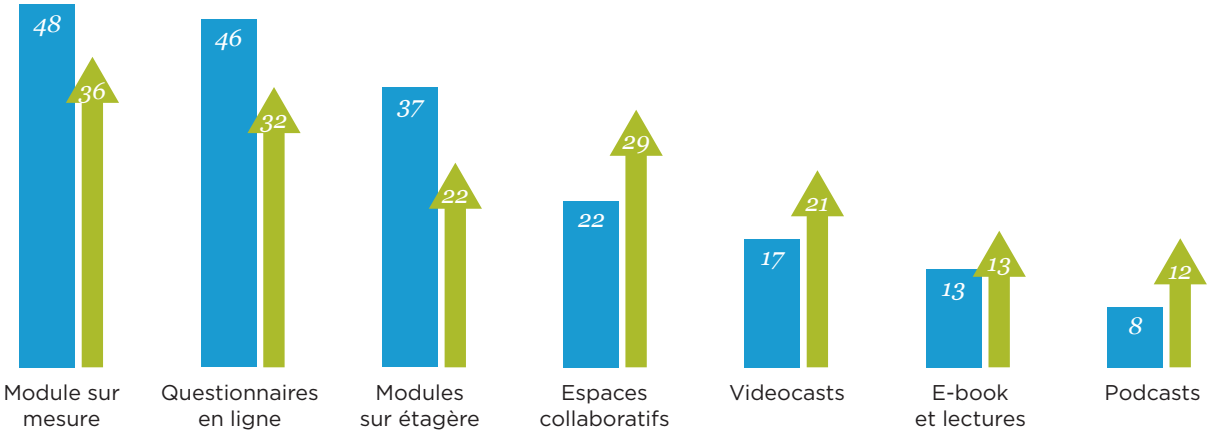
Un autre enseignement majeur est celui du lien entre l'antériorité du e-learning dans l'entreprise et le recours à un choix plus vaste de modalités. En effet, les entreprises commencent par un choix restreint de modalités puis se diversifient largement au fur et à mesure qu'elles gagnent en maîtrise pour créer des dispositifs de plus en plus sophistiqués, notamment sous l'angle pédagogique.

En somme, plus les entreprises « pratiquent », plus elles élargissent et généralisent le recours au e-learning sous toutes ses formes, y compris les plus émergentes.

“Une montée en puissance significative des espaces collaboratifs”

▼ A quelle fréquence utilisez-vous ces différents types de ressources / activités pédagogiques dans votre entreprise ?

▼ Pensez-vous intensifier dans les deux prochaines années ?



Quels dispositifs e-learning ?

Le blended learning s'impose comme le dispositif de référence avec 76 % des répondants. Cette remarque vaut pour l'ensemble des pays étudiés dans le panel. Les résultats du blended learning semblent être à la hauteur des attentes puisque 47 % des entreprises sont décidées à en intensifier l'usage à court terme.

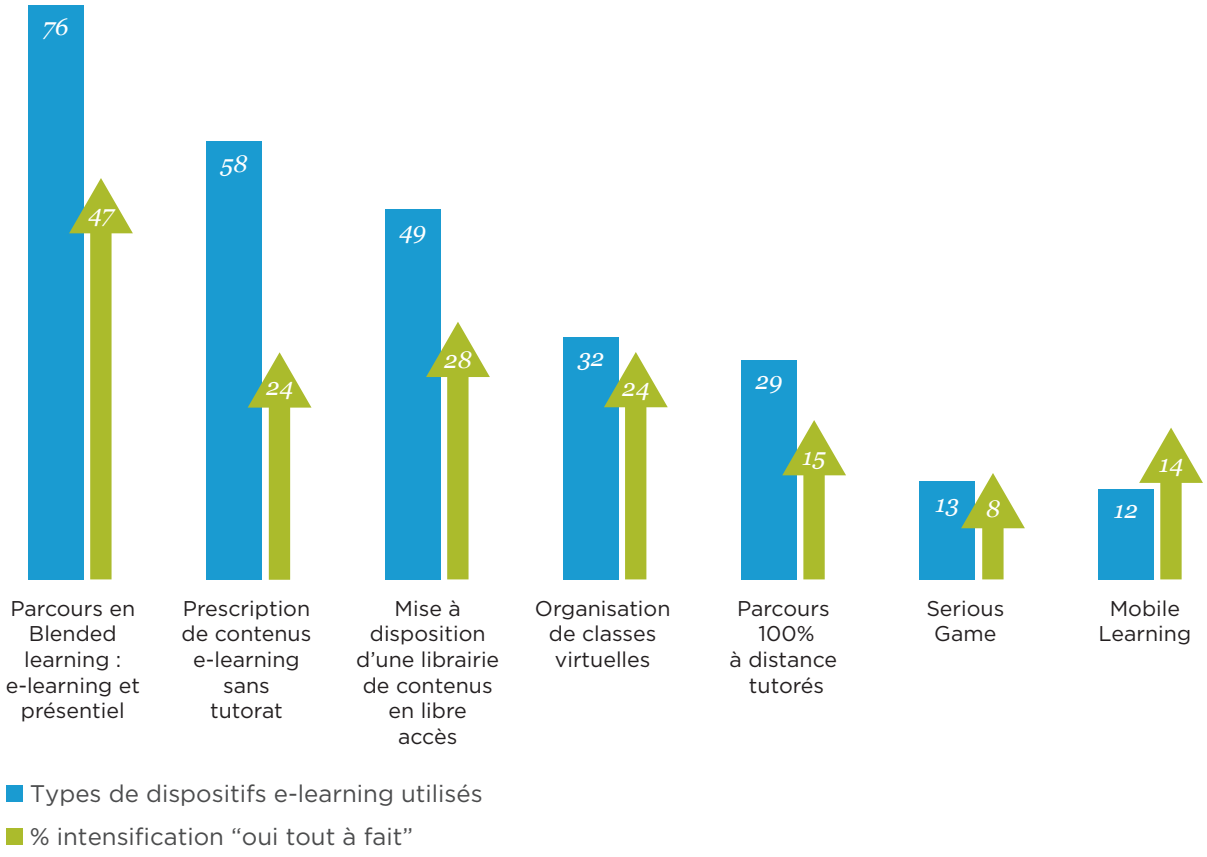
En complément de cette modalité, une très large majorité d'entreprises utilise également le e-learning sans tutorat, montrant que les salariés peuvent s'auto-former par ce dispositif moins complexe à concevoir et mettre en œuvre que les dispositifs blended. Ce qui était l'un des motifs invoqués voici 10 ans pour expliquer l'échec des premières tentatives e-learning - le défaut d'accompagnement des apprenants - semble nettement moins vrai à présent. La maturité des apprenants à chercher leur formation « en juste à temps » au sein de vastes librairies de contenus en libre accès et la qualité des contenus expliquent certainement ces forts résultats. L'organisation de classes virtuelles s'impose lentement mais sûrement, bien que les entreprises soient encore très minoritaires à en souhaiter une intensification. Au-delà des freins techniques (bande passante en particulier), la pédagogie d'une classe virtuelle, différente de celle d'une réunion ou d'une formation présentielle, reste à acquérir.

A noter, les parcours 100 % à distance tutorés sont utilisés par près de 30 % des entreprises et constituent un bon compromis entre présentiel (maintien de la médiation humaine) et distanciel (notamment l'optimisation des coûts).

Un point qui ne surprendra pas les observateurs attentifs du marché : le manque d'empressement des entreprises européennes à intensifier le recours aux Serious Games, (seules 13 % des entreprises en font usage) ; le mobile learning qui est lui aussi peu utilisé, est toutefois crédité d'un potentiel nettement supérieur de développement. D'un côté des jeux d'apprentissage souvent lourds et onéreux à développer, car réalisés sur mesure, nécessitant des mois de délai entre l'idée initiale et son déploiement effectif ; de l'autre des modules courts rapides à déployer, accessibles depuis les smartphones et les tablettes numériques, dont de nombreuses études montrent la très forte croissance. Les entreprises semblent privilégier la deuxième approche, bien que le marché français soit en partie soutenu par des pouvoirs publics inspirés par les succès de l'industrie française du jeu vidéo.

▼ Quels types de dispositif e-learning utilisez-vous dans votre entreprise ?

▼ Pensez-vous intensifier dans les deux prochaines années ?



Facteurs clés de succès et freins au e-learning

Si on introduit presque toujours le e-learning dans son organisation pour des raisons très opérationnelles (optimisation des couts, accès élargi à la formation…), le succès des programmes repose systématiquement sur la qualité des dispositifs déployés. Il est question ici de la qualité des contenus e-learning, mais pas seulement : de celle aussi du dispositif dans son ensemble.

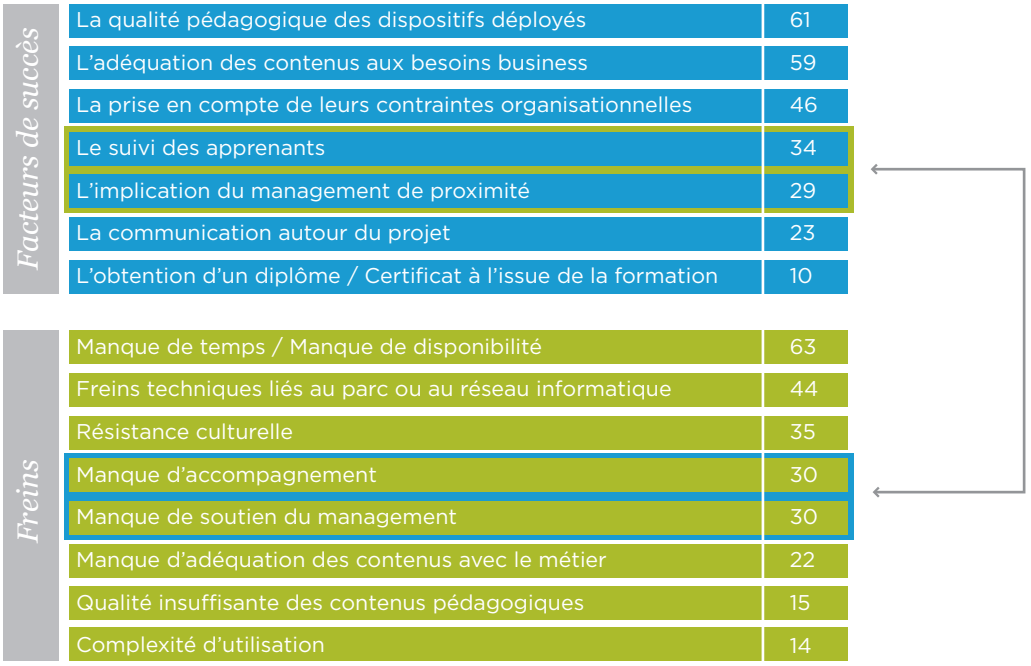
De même si l'adéquation des contenus aux besoins du business et la prise en compte des contraintes opérationnelles jouent un rôle important dans l'acceptabilité du e-learning ; a contrario, leur non-prise en compte (manque de temps, de disponibilité) est considérée comme le frein le plus important.

Les freins techniques apparaissent comme une constante dans plusieurs études : bande passante insuffisante, postes apprenants manquant de puissance, problème de choix et de paramétrage de la plateforme LMS (Learning Management System), laquelle est un système d'information à part entière. La formation / RH n'est pas toujours parfaitement à l'aise avec ces questions ni dans le dialogue avec la Direction Informatique.

Les autres facteurs clés de succès du point de vue des apprenants touchent principalement à la question de l'accompagnement et au suivi - alors que paradoxalement 58 % des entreprises utilisent du e-learning sans accompagnement (cf page 22).

"Les apprenants placent la qualité comme premier facteur clé de succès"

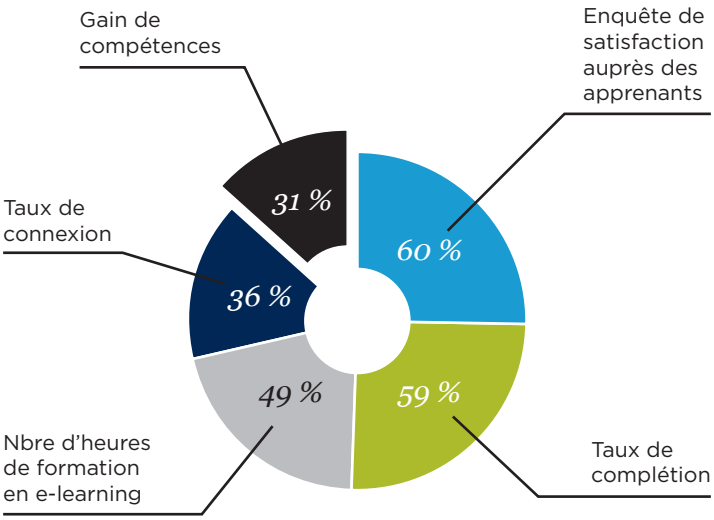
▼ D'après votre expérience, quels sont les principaux facteurs de succès du e-learning du point de vue des apprenants ?



▲ Et quels sont les principaux freins évoqués par les apprenants ?

Indicateurs de suivi du e-learning

▼ Quels sont les indicateurs auxquels vous avez recours pour suivre les dispositifs e-learning dans votre entreprise ?



L'enquête de satisfaction auprès des apprenants est le premier indicateur d'évaluation auquel les entreprises ont recours. Cette pratique est plus développée encore dans les entreprises où le e-learning représente plus de 10 % de l'ensemble de la formation délivrée, ce qui s'explique notamment par la « disponibilité » d'outils d'évaluation en ligne, dans les LMS, pour tout type de formation (e-learning, blended ou en salle).

Le taux de complétion est l'autre principal indicateur de suivi, sans aucun doute en lien avec les formations de mise en conformité, et plus généralement d'alignement des compétences sur les besoins du business. Il importe en effet que les entreprises puissent démontrer, lors du contrôle d'un organisme de tutelle par exemple, que les salariés concernés par des habilitations ont suivi et terminé leur formation.

Spécificité hexagonale : les entreprises françaises accordent la plus grande importance au nombre d'heures de formation en e-learning et au taux de connexion, en lien avec la possibilité d'intégrer ces dépenses dans leur obligation de formation. La différence est patente avec les britanniques moins préoccupées du nombre d'heures

	FR	UK	< 10 %	> 10 %
Enquête de satisfaction	56	63	55	70
Taux de complétion	54	62	52	70
Nombre d'heures de formation en e-Learning	69	34	50	47
Taux de connexion	60	15	39	31
Gain de compétences (mesuré *via* des questionnaires d'auto-diagnostics)	23	36	25	43

que du nombre de formations dispensées sur une année et de leur taux d'accès… et de leur efficacité.

En effet, les entreprises anglaises évaluent la performance de leurs actions de formation sur les gains de compétences mesurés, ce qui est beaucoup moins le cas en France. De façon générale, la mesure du gain de compétences est deux fois plus pratiquée dans les entreprises dédiant plus de 10 % de leurs actions de formation au e-learning que dans les autres, et ce au niveau européen.

On peut y voir un autre effet positif du e-learning dans les entreprises : faire sortir la formation des vieux débats sur l'évaluation pour l'amener progressivement, grâce aux méthodes et outils proposés, à se poser la question de son impact sur les compétences des salariés et sur les affaires.

A propos

CrossKnowledge

Avec plus de 2,5 millions d'utilisateurs, CrossKnowledge est le leader européen de la formation à distance. CrossKnowledge aide les organisations à réussir leur transformation à travers le développement de chaque collaborateur.

En fonction des enjeux spécifiques de chaque client, CrossKnowledge propose des solutions intégrées, qui reposent sur des formats pédagogiques exclusifs, des contenus qui font référence au plan mondial et une gamme de services d'accompagnement. Ces solutions garantissent une expérience d'apprentissage unique pour l'individu et un retour sur investissement élevé pour l'organisation.

CrossKnowledge s'adresse à des entreprises de toutes tailles et est présent dans 25 pays, en propre ou via son réseau de partenaires. Le groupe compte parmi ses clients Schneider Electric, Sodexo, Lafarge, CocaCola Entreprise, Jaguar Land Rover, Carrefour, Geodis, FedEx, Thales, Belgacom, BNP Paribas, AXA, AkzoNobel, ...

www.crossknowledge.com

FēFaUR

Fondé en 2006 par Michel Diaz et Aude Dellacherie, Fēfaur est le premier cabinet d'études et de conseil e-learning indépendant sur le marché français et l'un des leaders européens.

Fēfaur conseille et accompagne les entreprises et les organismes de formation dans la définition et la mise en œuvre de leur stratégie e-learning.

Fēfaur publie des études économiques et techniques sur l'offre et la demande e-learning, qui font autorité sur le marché français.

www.fefaur.com

Présent dans 66 pays, Ipsos est le N° 3 mondial des études de marché.

Ipsos Loyalty a pour objectif d'aider ses clients à bâtir des relations durables avec leurs propres clients comme avec leurs salariés, en mesurant leur degré de satisfaction et de loyauté et en s'appuyant sur des outils de mesure et d'aide à la décision pour mettre en œuvre des stratégies de fidélisation.

Ipsos Loyalty propose des solutions personnalisés et délivre des résultats opérationnels directement actionnables : ses clients peuvent ainsi mesurer l'impact concret des améliorations apportées que ce soit dans la gestion de la relation-clients ou dans leurs ressources humaines.

www.ipsos.fr/ipsos-loyalty/erm-gestion-de-la-relation-salariee

Ce document est une publication de la société CrossKnowledge. Toutes les marques et logos, déposés ou non, sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.
Document non contractuel. Conception & réalisation : Indexel

CrossKnowledge

Ipsos

FēFaUR

En collaboration avec :

AIDP
ASSOCIAZIONE ITALIANA PER LA DIREZIONE DEL PERSONALE

learning and skills group

edipe
Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas
AGRUPACIÓN CENTRO