

Rapport Formation 2018 LinkedIn - Analyse Media Leaders

Introduction

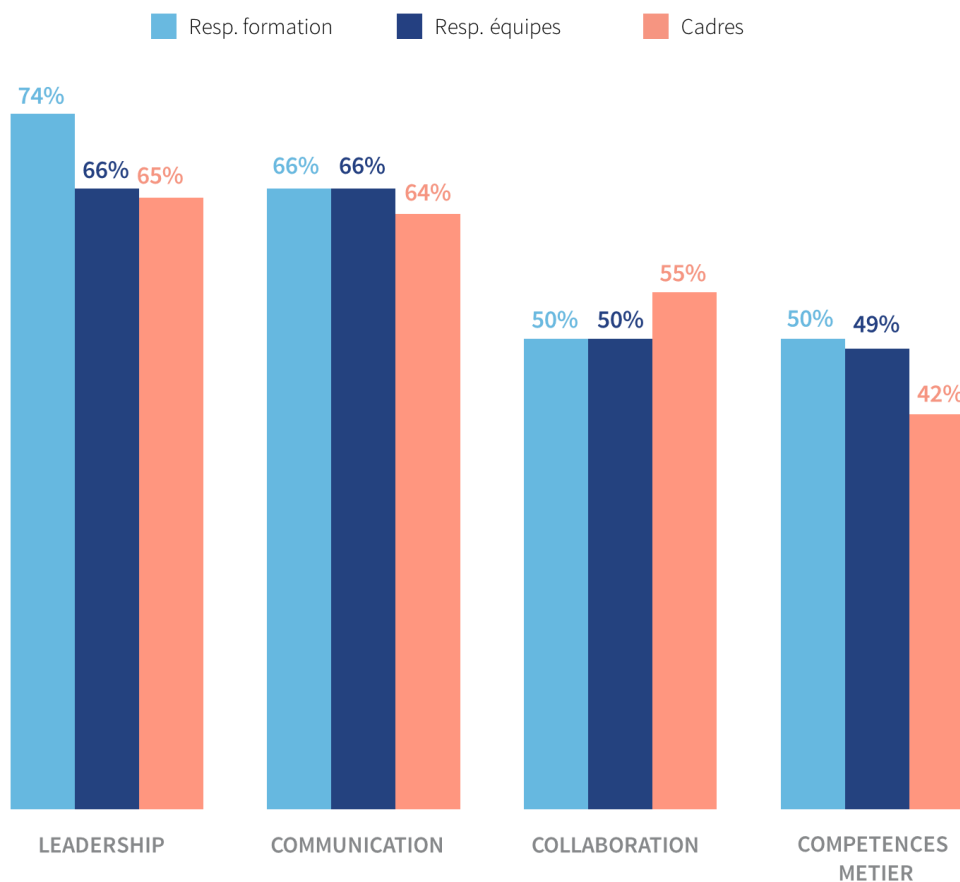
Le dernier rapport de LinkedIn porte sur un sondage réalisé auprès de 4'000 professionnels liés au domaine de la formation et présents sur la plateforme au niveau mondial.



Besoins

En termes de besoins de formation exprimés par les différents responsables, le document fait ressortir quatre catégories principales :

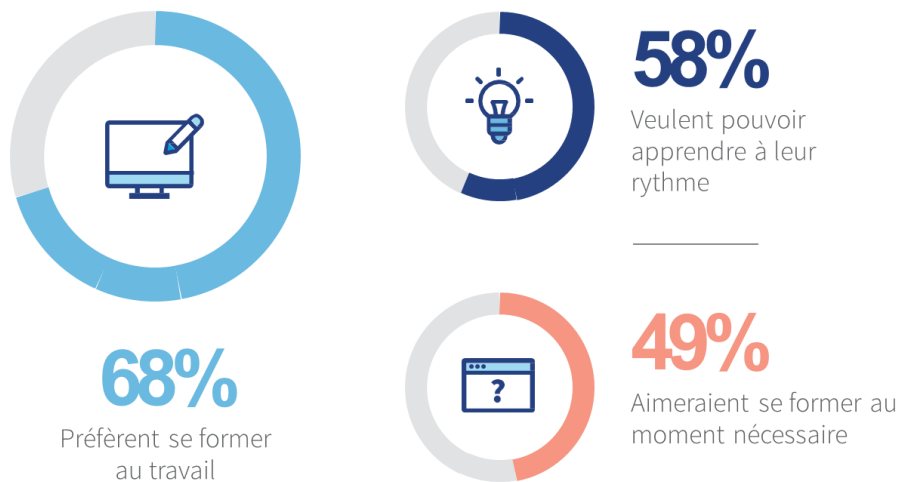
Quelles sont les compétences principales à développer dans le cadre de la formation?



Il est intéressant de noter ici qu'en dehors des formations liées à des compétences-métier, les autres catégories concernent des aspects du travail qui dépassent assez largement les notions de compétence individuelle. La qualité de la communication interne, de la collaboration et même du leadership d'une entreprise vont dépendre de plusieurs autres facteurs, tels que la culture d'entreprise, sa culture managériale ou encore les approches et solutions mises en œuvre à l'interne pour optimiser ces éléments. La formation, quelle que soit sa qualité, ne peut donc porter seule la responsabilité du succès ou de l'échec des entreprises dans ces domaines.

Au niveau des apprenants, le rapport identifie trois préférences importantes :

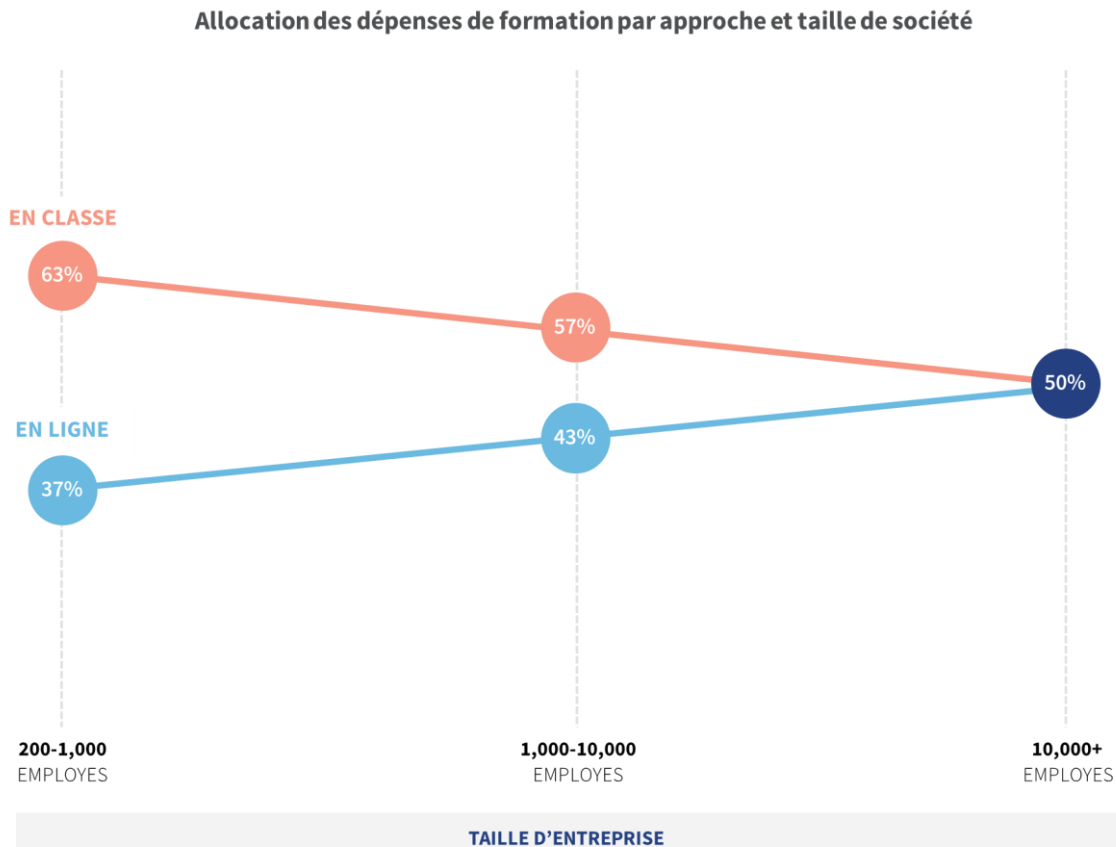
Quelles sont les préférences des apprenants ?



Ces points sont intéressants, dans la mesure où, on le verra plus loin, les employés semblent avoir de moins en moins de temps à consacrer à la formation au sein de l'entreprise.

Approches

Bien que le digital soit plébiscité et permette de satisfaire certains besoins exprimés par les apprenants (apprendre à son rythme, se former en temps voulu), le rapport démontre que la formation classique, en présentiel, représente encore l'approche principale adoptée, surtout au sein des PME :



Bien que la formation digitale soit en forte progression depuis l'année dernière et utilisée par près de 70% des personnes interrogées, le modèle de formation classique demeure toujours en tête avec une utilisation dans 85% des cas. Aspect intéressant à relever dans ce contexte, les entreprises font bien moins souvent appel à des prestataires externes pour la formation en présentiel qu'à des formateurs internes. Bien que pouvant être très pertinent en fonction des activités, le coaching des personnes par d'autres collègues (peer-to-peer) est en léger recul et représente une proportion plus faible des approches adoptées par les entreprises.

Quelles ressources utilisez-vous pour former vos employés ?

● Rapport LinkedIn 2018

● Rapport LinkedIn 2017

FORMATIONS INTERNES EN PRESENTIEL



FORMATION EN LIGNE/e-LEARNING (ELABOREE A L'INTERNE)



FORMATION EN LIGNE/e-LEARNING (ELABOREE A L'EXTERNE)



CONFERENCES



FORMATIONS AUPRES D'INSTITUTS DE FORMATION EXTERNES



COACHING EN PEER-TO-PEER



PROGRAMMES DE CERTIFICATION



REMBOURSEMENT DES FRAIS DE FORMATION



Problématiques

La problématique principale illustrée par le rapport est celle de la disponibilité des apprenants.

“Obtenir des employés du temps pour se former”

#1 Premier défi des responsables de formation en 2018

Entre la compétition accrue sur les marchés et l'exigence toujours plus forte de rentabilité des actionnaires, le monde du travail voit sa compétitivité et son exigence de performance augmenter d'année en année. Prendre du temps pour se former, souvent au détriment de sa productivité, est donc devenu un dilemme majeur pour beaucoup d'employés. Pourtant, lorsque l'on interroge les responsables au sein des entreprises, ceux-ci semblent attacher une importance forte au domaine de la formation :



Les entreprises feraient pourtant bien de se soucier de cette apparente contradiction entre leurs déclarations et la réalité du terrain, du moins dans l'optique de la gestion des talents et de l'arrivée progressive des milléniaux sur le marché du travail :



87% des millennials pensent que la formation est un aspect important d'un poste, alors que ce pourcentage n'est que de **69%** auprès des autres groupes (source: Gallup)

LA FORMATION REPRESENTE UN ASPECT IMPORTANT D'UN POSTE



Une autre problématique soulevée par le rapport concerne la façon dont les entreprises mesurent l'efficacité de leurs formations. Il semblerait qu'il reste beaucoup à faire au niveau des responsables de la formation pour mesurer de manière efficace les résultats de leur activité. La majorité des entreprises semblent adopter des mesures de nature qualitative (satisfaction des apprenants) ou des mesures quantitatives peu pertinentes (niveau d'achèvement des formations, nombre de participants) pour évaluer leurs formations.

Seule mesure indicative d'une possible acquisition de compétences, le feedback sur des changements de comportements faisant suite à une formation.

Comment mesurez-vous l'efficacité de la formation dans votre société ?

○ Rapport LinkedIn 2018

○ Rapport LinkedIn 2017

SONDAGES QUALITATIFS AUPRES DES APPRENANTS



SATISFACTION DES APPRENANTS POUR LES FORMATIONS EN PRESENTIEL



NIVEAU D'ACHEVEMENT DES MODULES E-LEARNING



FEEDBACK INDICATIF DE CHANGEMENTS DE COMPORTEMENTS



FEEDBACK QUALITATIF DES EMPLOYES



CAPACITE A RETENIR LES TALENTS



NOMBRE DE PARTICIPANTS



SATISFACTION DES EMPLOYES

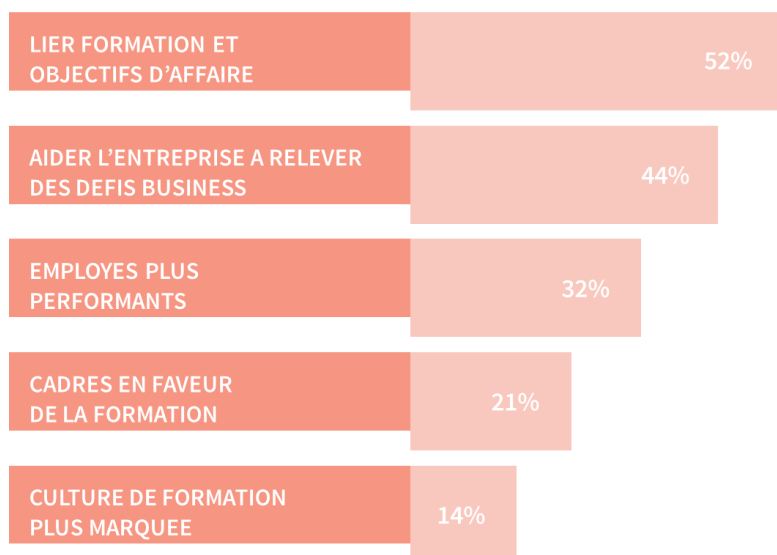


Il est donc plus que jamais nécessaire pour les responsables de formation de mettre en place des mesures permettant d'évaluer la pertinence des formations proposées. C'est-à-dire d'évaluer non les connaissances acquises ou uniquement le niveau de satisfaction des apprenants, mais le développement véritable de compétences par le transfert dans l'activité professionnelle quotidienne des savoir-faire et des changements de comportement des employés.

Le rapport soulève d'ailleurs la relativement faible représentation des instances de formation des entreprises au sein des organes de décision. Comme pour les ressources humaines de manière générale, il est primordial pour la formation de démontrer sa véritable contribution à la marche de l'entreprise si elle veut pouvoir prendre une place sur le devant de la scène.

Interrogés sur ce point, les décideurs sont très clairs :

Quels éléments renforceraient le pouvoir des équipes de formation ?



Conclusion

Le monde de la formation est en pleine mutation et fait face à des conditions cadres de plus en plus difficiles. L'adoption progressive des solutions digitales apporte certaines réponses à ces problématiques et est appelée à se développer fortement ces prochaines années, en particulier au sein des PME.

Les solutions digitales apportent une réponse aux préoccupations des apprenants en leur permettant d'apprendre à la demande et à leur propre rythme. Certaines de ces solutions, les serious games en particulier, sont de plus très immersives et permettent de mesurer véritablement l'acquisition des compétences au niveau de chaque apprenant (en particulier grâce à l'Experience API qui permet un retour sur chaque action entreprise par les personnes en formation). En adoptant de telles solutions, les responsables de formation peuvent donc améliorer leur évaluation des formations et lier les compétences acquises à des objectifs stratégiques de l'entreprise, permettant ainsi de renforcer l'importance du domaine de la formation au sein de leur société.

Lien vers rapport LinkedIn : <https://learning.linkedin.com/resources/workplace-learning-report-2018>

Media Leaders (www.media-leaders.ch) est actif dans le domaine de la création de serious games (utilisation du jeu dans la formation), ceci à l'aide d'une solution propriétaire permettant de créer rapidement et à moindre coût des formations interactives. La société fournit aussi des prestations de conseil en gamification (utilisation de mécaniques de jeu dans des situations réelles) dans le cadre de l'optimisation de la collaboration entre équipes.