



Les coûts réels de l'apprentissage en ligne : en interne ou si externalisé



Table des matières

Introduction	02
Chapitre 1	
La création de l'apprentissage en ligne coûte (beaucoup) d'argent	03
Chapitre 2	
Externalisation du contenu d'apprentissage : est-ce une bonne idée ?	04
Chapitre 3	
Liste de contrôle pour évaluer les coûts de l'apprentissage en ligne	06
Chapitre 4	
Avantages de la création en interne	09
Chapitre 5	
Apprentissage généré par les employés : la solution interne pour réduire les coûts	10
Conclusion	14

Introduction

Le passage au numérique devient une normalité pour les équipes d'apprentissage et de développement (L&D) du monde entier. Mettre en ligne l'apprentissage pour rester à jour avec les tendances est devenu une nécessité. Toutefois, c'est un territoire peu familier pour beaucoup et la croissance de l'entreprise peut empêcher les équipes de L&D de suivre tous les besoins d'apprentissage.

Les entreprises souhaitent que la formation et le développement des compétences transmettent des connaissances qui permettent aux employés d'être plus performants au travail. Donc, si la formation en ligne n'améliore pas les performances professionnelles, la plupart des entreprises ne veulent pas investir dedans. Il est donc devenu crucial pour le département L&D d'être attentif et stratégique dans ses dépenses.

Lorsque la demande de contenu de formation est élevée et que les ressources internes sont limitées, de nombreuses entreprises se tournent vers des créateurs de contenu externes. Bien qu'il s'agisse d'une solution efficace à court terme, elles peuvent être confrontées à la question de savoir si l'externalisation est à la fois durable et évolutive pour leurs besoins de formation croissants.

Considérez cela comme un débat entre acheter vos légumes et les faire pousser. Bien qu'acheter ses légumes soit rapide et facile, ce n'est pas toujours durable, cela peut causer des problèmes de santé et c'est souvent cher. Si vous envisagez de faire pousser vos propres légumes, c'est durable, sain et moins cher.

Pour la création de contenu d'apprentissage, l'externalisation (l'achat) peut sembler être la solution rapide et facile. Toutefois, sur le long terme, cette solution peut devenir coûteuse et inconfortable, le faire en interne est une solution plus durable et peu coûteuse à long terme. Dans cet e-book, nous allons éclaircir les avantages de la création de contenu en interne par rapport à l'externalisation, et remettre en question les avantages perçus du partenariat avec des agences externes.



Chapitre 1

La création de l'apprentissage en ligne coûte (beaucoup) d'argent

La création d'une formation en ligne peut coûter beaucoup de temps et d'argent. Des recherches menées par Kapp et Robyn Defelice montrent qu'il faut entre 90 et 240 heures pour créer une seule heure de matériel de formation en ligne. En 2019, Raccoon Gang a indiqué que le coût moyen de la création d'une heure de formation en ligne peut varier entre 8 800 et 28 640 dollars.

Mais ce n'est qu'une partie de l'iceberg. Les coûts de l'apprentissage en ligne ne disparaissent pas une fois que le cours a été publié. Pour rester en phase avec un monde qui évolue rapidement, il est important de mettre à jour le contenu d'apprentissage. Bien que cela équivaut à dépenser plus de temps et d'argent au départ, c'est un investissement précieux à faire pour que le contenu reste pertinent et utile.

La question qui se pose maintenant est la suivante : comment créer un contenu d'apprentissage qui justifie cet investissement de temps et d'argent ?

Justifier les coûts par la valeur créée

Selon un rapport de Panopto, environ 60 % des employés ont du mal à trouver les informations nécessaires pour faire leur travail. D'ailleurs, les employés passent 5,3 heures par semaine à attendre des informations. Ce qu'il faut retenir ici, c'est que la productivité des employés peut augmenter de manière significative si on leur présente des informations précises au bon moment. Imaginez que vous puissiez calculer la valeur de l'ajout de deux heures ou plus de productivité par jour pour chaque employé. Selon nous, cela peut dépasser le coût de la formation en ligne. Ainsi, lorsque l'on considère le coût de la formation en ligne, il est important de l'examiner selon « le prisme de la valeur » et de se demander « quelle valeur supplémentaire cela va apporter ? »

Chapitre 2

Externalisation du contenu d'apprentissage : est-ce une bonne idée ?

Pour justifier les coûts de l'apprentissage en ligne par la valeur créée, examinons les avantages perçus pour l'externalisation de création de cours et évaluons-les à travers le « prisme de la valeur » :

1. Access to a pool of experts

Lorsque vous confiez le développement de contenu à des partenaires externes, vous travaillez avec des experts en formation et en conception pédagogique. Souvent, ils disposent d'une grande quantité de ressources, d'outils et de techniques qui facilitent le développement des contenus d'apprentissage.

L'inconvénient (à travers le prisme de la valeur) : les fonctions commerciales modernes changent constamment, obligeant les employés à apprendre, à désapprendre et à améliorer leurs compétences, le tout de manière rapide. Par conséquent, les cours deviennent rapidement obsolètes et doivent être mis à jour et modifiés régulièrement. Pour chaque mise à jour, les experts de l'entreprise doivent contribuer au L&D, car ils disposent souvent des connaissances les plus pertinentes et les plus récentes. L'équipe L&D devient donc un intermédiaire entre les experts et les partenaires externes, ce qui nécessite une communication constante entre les trois parties, prolongeant ainsi le processus.

2. Aucun engagement à long term

Les partenaires externes, ou experts, sont engagés sur la base d'un projet. Ces experts effectuent le travail, puis n'ont plus besoin d'être payés une fois celui-ci terminé. Seules les heures travaillées sur un projet particulier doivent être payées, ce qui peut permettre d'économiser de l'argent à long terme en évitant de devoir payer des frais de personnel ou d'emploi sur le long terme.

Le revers de la médaille (à travers le prisme de la valeur): Si l'expert externe quitte l'entreprise ou si le contrat expire, l'effet peut être similaire à celui du départ d'un expert interne. En conservant les employés internes possédant des connaissances spécifiques, vous pouvez éviter le coût de la perte de connaissances. De la même manière, si un expert externe met fin au contrat, la perte peut être encore plus importante. C'est le résultat de la formation et du processus d'intégration. L'intégration d'un nouveau partenaire et sa mise en place au sein de l'entreprise prennent beaucoup de temps. Par conséquent, il y a non seulement une perte de connaissances, mais aussi une perte de temps et d'argent pour former à nouveau un nouvel expert.

3. Délai d'exécution et développement plus rapide

En fonction de votre partenaire, l'externalisation de la création d'apprentissage en ligne peut offrir un délai d'exécution et un développement plus rapide qu'en interne.

Le revers de la médaille (du point de vue de la valeur): Il est vrai que la création initiale du contenu peut être plus rapide, puisque les partenaires externes sont souvent des experts dans le domaine de la création de cours en ligne, mais cela ne tient compte que du développement proprement dit du cours. Il est important de prendre en compte les autres étapes du processus, telles que les sessions de saisie, les sessions de révision et les mises à jour, lors du calcul du délai d'exécution de vos cours. En gardant tout en interne, le processus global peut en fait être beaucoup plus court et efficace.

4.

Contenu de haute qualité

En confiant la création du contenu à des experts de la formation en ligne, la qualité du contenu sera généralement bonne et homogène.

Le revers de la médaille (à travers le prisme de la valeur): Today's business functions are constantly changing, requiring employees to learn, unlearn, and upskill at a rapid pace. As a result, courses become outdated quickly and need to be updated and changed on a regular basis.

For each update, SMEs in the business need to provide input to L&D as they often have the most relevant and up to date knowledge. L&D, therefore, becomes the middleman between the SMEs and external partners, This requires constant back-and-forth communication between all three parties, prolonging the process.

5.

Amélioration de l'engagement des apprenants

Un expert de la formation en ligne comprend les comportements des apprenants et conçoit des expériences de formation très attrayantes.

L'inconvénient (du point de vue de la valeur): Des sujets tels que le développement du leadership et les compétences générales nécessitent des cours qui suscitent l'intérêt des apprenants tout en enseignant efficacement des concepts complexes. Bien que les partenaires externes puissent apporter leur aide à cet égard, les cours créés avec compétence ne sont qu'une petite partie du puzzle.

Si l'on considère que les entreprises évoluent rapidement et que l'apprentissage doit être mis à jour en permanence, il est important de se poser les questions suivantes : Pourquoi investir dans des cours hautement interactifs si le contenu est appelé à changer ? Et faut-il recréer le cours si l'on veut en actualiser le contenu ?

Selon une récente tendance en matière de travail à distance, la nouvelle norme d'engagement consiste à fournir aux employés les informations dont ils ont besoin dans le cadre de leur travail. Ces informations peuvent prendre plusieurs formes, mais le thème principal réside dans le fait qu'elles doivent être accessibles et assimilables en peu de temps et au bon moment. Les travailleurs se sentent engagés lorsqu'ils sont soutenus au moment où ils en ont besoin, et un cours formel, même si habilement conçu, ne peut pas toujours répondre à ce besoin.

6.

Coûts réduits

Du fait d'être experts dans le domaine, la plupart des partenaires externes sont équipés des dernières technologies pour produire des contenus d'apprentissage en ligne. Cela permet généralement d'économiser une quantité importante de temps et d'argent sur l'apprentissage et l'investissement dans des outils de conception pédagogique, ce qui entraîne des coûts supplémentaires avec un partenaire externe. En revanche, si les outils sont hébergés en interne, la publication des cours peut se transformer en processus simple, puisque la technologie est connue et testée.

De plus, en créant du contenu en interne, vous pouvez contrôler toutes les dépenses, sans vous inquiéter des frais cachés.

Chapitre 3

Liste de contrôle pour évaluer les coûts de l'apprentissage en ligne

Combien coûte la création d'un cours d'apprentissage en ligne ? Cela dépend, car chaque entreprise a des besoins d'apprentissage différents. Un certain nombre de facteurs doivent être pris en compte pour calculer le coût d'une formation en ligne, notamment le nombre de personnes impliquées, le contenu développé, les frais de licence des outils, etc. Mais il y a quelques questions supplémentaires à considérer lorsqu'on travaille avec des partenaires externes. Nous vous listons ci-dessous quelques questions à vous poser au fur et à mesure que vous développez du contenu et évaluez les coûts. Nous avons également souligné les facteurs supplémentaires à prendre en compte lorsque vous travaillez avec des partenaires externes :

1. Phase de découverte:

Cette phase peut être considérée comme celle de planification. À ce stade, vous devez déterminer quel contenu doit être créé. Il est important de considérer les différentes méthodologies que vous souhaitez inclure et les ressources nécessaires pour partager le contenu avec vos apprenants.

Quel type de contenu est nécessaire ?

- Où se trouvent les lacunes en matière de connaissances au sein de l'entreprise ?
- Quel type de contenu est nécessaire pour combler le manque de compétences ou de connaissances ? (Il peut s'agir de cours, d'ateliers, de coaching, de réadaptation de contenu existant, et bien plus !)

Qui sont les apprenants ?

- Quel est le public visé par le cours et comment allez-vous l'atteindre ?

Combien de personnes et combien d'argent ?

- Combien de personnes ce cours vise-t-il ?
- Quel budget peut être alloué par activité ?



Point supplémentaire pour l'externalisation:

Si vous ne disposez que d'un certain budget, il peut être difficile d'en avoir la surveillance et le contrôle intégral.

Quand la formation devra-t-elle être disponible ?

- Votre équipe aura-t-elle besoin de temps pour se familiariser avec les nouveaux outils de formation en ligne ?
- Combien de temps devez-vous consacrer au développement de la formation en ligne ?



L'externalisation peut prendre beaucoup plus de temps en raison de la communication nécessaire. Veillez à tenir compte (ainsi que des frais supplémentaires).

Où ce contenu sera-t-il partagé ?

- Où l'apprentissage/la formation aura-t-il lieu ? (Hors ligne ou en ligne)

2. Conception:

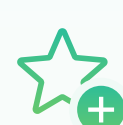
Dans cette phase, il est important de réfléchir à la conception du cours et aux différents éléments qui doivent être inclus. Réfléchissez à l'expérience que vous souhaitez que les apprenants vivent tout au long de la formation et à la manière dont le cours s'articulera.

Quelle part de planification et de scénarisation est requise pour le cours ?



Si le cours comporte beaucoup de planification et de scénarisation, préparez-vous à de nombreuses réunions et communications avec des prestataires externes. De plus, des frais cachés peuvent apparaître à ce stade de la planification.

Quels sont les éléments à intégrer dans le cours ? Il peut s'agir de n'importe quel type de contenu, de graphiques ou d'éléments interactifs.



Plus le nombre d'éléments que vous souhaitez inclure dans votre cours est important, plus le temps de conception et les coûts seront élevés.

3. Développement:

Il s'agit de la phase où le cours prend forme. Il est important de prendre en compte la plateforme sur laquelle le cours sera créé, les personnes qui seront impliquées dans le processus de création et l'agenda.

Quels outils de création et d'hébergement de l'apprentissage en ligne sont nécessaires à l'élaboration du contenu de l'apprentissage ?

Quelles parties prenantes et quels utilisateurs seront impliqués dans le processus de création ? Tenez compte de leurs heures de travail. Leur temps n'est pas gratuit.



Cela peut demander plus de temps aux parties prenantes et aux utilisateurs en raison des nombreuses itérations avec le fournisseur externe.

Quel est l'agenda pour la création du cours ?



Comme nous l'avons vu au début de cet e-book, travailler avec des fournisseurs externes peut prendre beaucoup plus de temps. Considérez la perte de temps et d'argent associée à ces longues périodes d'attente.

4. Livraison:

Quels outils sont nécessaires pour héberger le contenu ?



Pour héberger les cours, une plateforme d'apprentissage est souvent nécessaire. Préparez-vous à des coûts supplémentaires.

Les apprenants savent-ils comment se connecter à la plateforme où le cours est partagé ?



Si le cours présente des difficultés techniques, les apprenants peuvent être amenés à contacter le partenaire externe. Cette communication et la résolution des problèmes peuvent prendre beaucoup de temps.

Quels détails sont importants dans les rapports de suivi des résultats ?

Quel est le niveau de sécurité attendu de l'outil ?



S'il s'agit d'un contenu hautement confidentiel, il peut être difficile d'avoir une surveillance et un contrôle des processus du partenaire externe. La perte d'informations importantes peut signifier une perte d'argent.

5. Évaluation:



L'outil d'apprentissage en ligne fournit-il des informations de base sur l'utilisation et les résultats de l'apprenant ?



Les apprenants terminent-ils le cours avec succès et retiennent-ils les connaissances fournies ?



Si ce n'est pas le cas, il est alors important de revenir sur le cours pour comprendre ce qui doit être modifié. S'il s'agit de changements mineurs, le fait de devoir retourner chez le partenaire externe pour apporter des modifications peut devenir une tâche plus importante que nécessaire et coûter plus de temps et d'argent.

6. Maintenance:



Le contenu nécessite-t-il une maintenance et une mise à jour périodiques ?



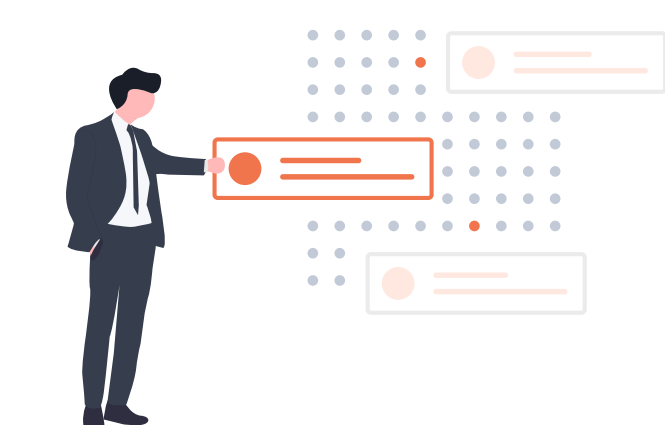
De la même manière que ce qui a été mentionné, si le cours doit être modifié ou mis à jour, le fait de travailler avec un partenaire externe peut entraîner des coûts supplémentaires.

Comme démontré ci-dessus, il existe un certain nombre de facteurs et de questions supplémentaires à prendre en compte lors de l'estimation des coûts de création d'un cours d'apprentissage en ligne avec un partenaire externe. Ces questions doivent servir de guide pour l'estimation des coûts. Bien qu'il ne soit pas exhaustif, il met en évidence les points clés à prendre en compte et la façon dont le travail avec un partenaire externe peut inclure des coûts supplémentaires et des frais cachés.

Chapitre 4

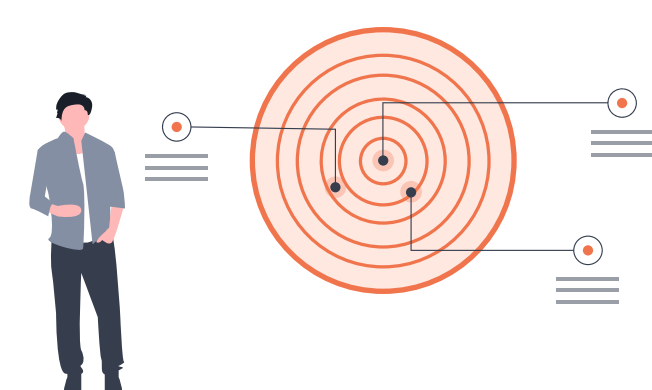
Avantages de la création en interne

Nous avons évoqué certains des inconvénients potentiels de la création de contenu de cours avec des fournisseurs externes, mais nous allons profiter de cette section pour évoquer les avantages de la création de contenu d'apprentissage en interne. Vous trouverez ci-dessous une liste de ces avantages :



Une meilleure supervision du processus de contenu et un meilleur contrôle du budget.

Une équipe de L&D interne comprend mieux les besoins et les limites de l'entreprise qu'un partenaire externe, ce qui se traduit directement par une connaissance des délais, des budgets, des processus, des pratiques et du déploiement. Une équipe externalisée peut exceller dans la création de contenu, mais ce n'est que la première étape du processus. Les équipes internes, en revanche, connaissent bien le processus de bout en bout et ont un meilleur contrôle sur le contenu, les délais et les coûts.



Les besoins de formation peuvent être satisfaits par les experts eux-mêmes

Les besoins de formation ne sont pas tous satisfaits par un cours traditionnel. Parfois, une liste de contrôle rapide ou un guide étape par étape peuvent fournir à l'employé les connaissances nécessaires. Ce besoin peut facilement être satisfait par une personne en interne possédant les connaissances particulières. S'il est confié à un prestataire externe, cela peut non seulement prendre beaucoup de temps, mais aussi donner lieu à un cours traditionnel et trop long qui n'est pas nécessaire pour répondre au besoin.



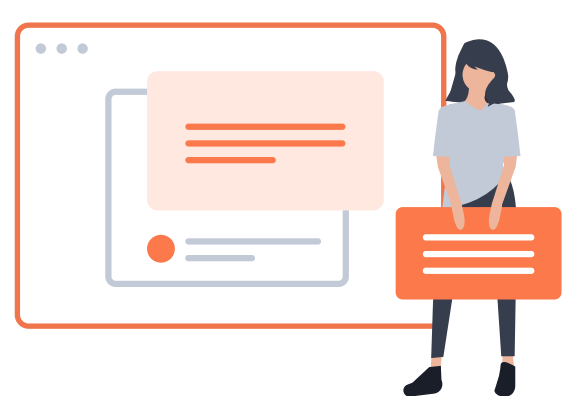
Sécurité et confidentialité accrues des informations sensibles

La confidentialité des données est une raison non négociable de développer du contenu en interne. Malgré de nombreux accords de service, il est toujours difficile de garantir la sécurité du traitement des données sensibles avec les fournisseurs externes. Une équipe de L&D interne peut simplement se concentrer sur la création de contenu sans prendre de mesures supplémentaires pour maintenir la sécurité et la confidentialité.



Une maintenance plus facile et plus rapide du contenu.

Les modifications et les mises à jour font partie du cycle du contenu. Lorsqu'on travaille avec une équipe interne, ces mises à jour peuvent souvent être effectuées instantanément et sans qu'il soit nécessaire de faire des allers-retours avec des fournisseurs externes. Cette maintenance interne permet d'économiser beaucoup de temps et d'efforts, ce qui accélère et simplifie le processus de mise à jour du contenu. Pour les grandes entreprises en particulier, le contenu peut être édité au niveau local plutôt que de passer par un fournisseur externe ou un service central.



Le contenu peut être développé plus rapidement grâce à des outils faciles à utiliser

En équipant votre équipe interne d'outils de création de contenu faciles à utiliser, vous réduisez la durée totale du cycle de développement. Ces outils sont généralement intuitifs et permettent aux équipes de générer du contenu interactif pour chaque besoin d'apprentissage, facilement et sans formation. Lorsque vous travaillez avec des prestataires externes, les délais de développement peuvent être prolongés en raison de nombreux échanges.

ous nous penchons ci-dessous sur les moyens de commencer à créer du contenu en interne en tirant parti des employés et des ressources internes.

Chapitre 5

Apprentissage généré par les employés : la solution interne pour réduire les coûts

Chez Easygenerator, nous voulons changer la façon dont on envisage la création de contenu en interne. Notre solution est une approche d'apprentissage ascendante appelée l'apprentissage généré par les employés (abrévié EGL en anglais). Avec l'EGL, tout employé, qu'il soit formateur, expert ou membre du département L&D, peut créer et partager des connaissances spécifiques avec ses équipes.

Au lieu de travailler avec des fournisseurs externes, les employés peuvent soutenir leurs collègues en créant eux-mêmes du contenu. Cela peut accélérer la circulation des connaissances au sein de l'entreprise et permettre au département de la formation et du développement de gagner du temps et de l'argent en évitant de travailler avec des fournisseurs externes. De son côté, le département L&D peut jouer un rôle de soutien en fournissant l'infrastructure et les conseils nécessaires pour permettre aux employés de créer du contenu d'apprentissage.

Démarrage rapide de l'apprentissage généré par les employés

Il est important de noter que l'idée derrière l'EGL n'est pas seulement de permettre aux experts de partager leurs connaissances, mais aussi de permettre aux formateurs non techniques de partager leurs connaissances et de créer des contenus d'apprentissage. Kasper Spiro, PDG d'Easygenerator, décrit les différents aspects de l'EGL comme ceci :

- Permet aux experts sans formation pédagogique de créer des ressources d'apprentissage.
- Permet aux formateurs sans formation en e-learning de créer des ressources d'apprentissage.
- Permet aux équipes de formation de créer/mettre à jour le contenu de formation en interne et de ne pas le confier à des fournisseurs externes.
- Permet à quiconque de créer des ressources d'apprentissage en ligne sans avoir à se soucier d'interactions complexes ou de normes de conception.
- Permet à quiconque de partager ses connaissances et de les transformer en ressources d'apprentissage.

L'EGL est une approche interne, axée sur les employés et rentable, qui permet d'économiser l'argent et les efforts du département L&D en évitant de travailler avec des fournisseurs externes. Si l'on considère le spectre de la valeur mentionné au début de cet e-book, il s'agit de la manière la plus efficace de créer du contenu en interne afin de réduire les coûts et de créer de la valeur pour l'entreprise.

BHP | Étude de cas : BHP

Comment BHP a tiré parti de l'apprentissage généré par les employés pour créer du contenu en interne.

BHP, client d'Easygenerator, est une société multinationale d'exploitation minière, de métaux et de pétrole. Elle dispose d'une équipe L&D centralisée qui dessert plusieurs divisions et répond à divers besoins de formation. L'équipe L&D a décidé de s'appuyer sur un modèle d'apprentissage généré par les employés (EGL) en offrant aux formateurs et aux différents départements la possibilité de créer leur propre contenu d'apprentissage.

★ Le contexte

Rob Jack est directeur de la culture et de la capacité de risque chez BHP. Il travaille avec cinq collègues au sein de l'équipe Stratégie et développement du risque. Cette équipe fait partie de l'équipe internationale des risques de BHP, qui compte 60 personnes. Ensemble, leur mission consiste à soutenir et à vérifier les activités de gestion des risques dans l'ensemble de l'entreprise et à donner des assurances au conseil d'administration et à la direction générale. Il incombe à Rob et à ses collègues de veiller à ce que les connaissances et les capacités en matière de risque soient cohérentes dans l'ensemble de l'entreprise, ce qui est obligatoire pour les milliers de responsables des risques et des contrôles dans le monde.

📊 Problème

L'équipe chargée de la gestion des risques de BHP s'appuyait fortement sur des fournisseurs de formation externes pour créer des contenus de formation liés aux risques pour l'équipe internationale. L'équipe chargée des risques rédigeait elle-même le contenu, le distribuait à des fournisseurs externes pour qu'ils créent le matériel de formation, puis téléchargeait la formation dans leur système de gestion de l'apprentissage (SGA) central. L'externalisation de la création de cours auprès de fournisseurs de formation en ligne tiers était trop lente, trop coûteuse et peu flexible.

“Nous avons facilement dû dépenser 500 000 dollars australiens en formation sur les risques au cours des dernières années. Nous avons un seuil où nous devons changer le cadre, et nous n'avons pas l'argent pour dispenser la formation associée.”

Chaque petite modification devait être discutée et approuvée, avant d'être envoyée au fournisseur. Le temps que tout ce processus se déroule, le contenu devenait souvent obsolète. Lorsque BHP a lancé son nouveau cadre de risque, Rob et son équipe ont compris qu'il était temps de mettre à jour leur approche de la création et de la gestion du contenu de formation. Le nouveau cadre leur a fourni des exigences spécifiques en matière d'apprentissage, qui devaient être satisfaites par l'équipe internationale de gestion des risques de l'entreprise. Avec plusieurs modules d'apprentissage répondant aux besoins de différents employés, Rob et son équipe savaient qu'ils avaient besoin d'un moyen rentable de maintenir un grand volume de contenu.

💡 Solution

Pour répondre à ces besoins d'apprentissage, Rob et son équipe se sont tournés vers le microlearning et l'autonomisation des formateurs internes pour maintenir la quantité de contenu d'apprentissage. En utilisant Easygenerator à titre expérimental dans un premier temps, l'équipe a rapidement compris comment elle pouvait rendre ses formations attrayantes et efficaces en créant du contenu en interne. Rob et son équipe ont pu répondre aux besoins individuels de chaque apprenant, en fonction de leurs connaissances et de leur localisation. Et sans avoir besoin d'expérience pour créer du contenu d'apprentissage dans Easygenerator, Rob et son équipe pouvaient produire du nouveau matériel d'apprentissage en quelques jours, quand cela prenait auparavant des mois.

“C'est vraiment facile, j'ai construit un module de microlearning que j'avais en tête en quelques jours.”

L'équipe chargée des risques chez BHP disposait d'une plus grande liberté dans la création, l'édition et la localisation du contenu d'apprentissage. Elle a pu offrir aux apprenants une expérience d'apprentissage plus personnalisée et plus accessible grâce aux modules de micro-apprentissage, tout en réduisant les coûts.

📈 Result

En faisant appel à Easygenerator pour créer du contenu en interne, l'équipe de stratégie et de développement des risques de BHP est plus flexible que jamais en ce qui concerne la création de matériel d'apprentissage. Grâce au niveau de personnalisation que l'équipe peut atteindre avec ses cours, l'engagement des apprenants s'est accru. Mieux encore, Rob n'a plus à dépenser 100 000 dollars australiens auprès d'un tiers pour créer une vidéo de 60 minutes. Le développement de la micro-formation modulaire avec Easygenerator a permis à BHP d'économiser plus de 250 000 dollars australiens sur la création de ses cours.

“Nous aurions facilement pu dépenser 500 000 dollars australiens en formation sur les risques au cours des dernières années. Actuellement, nous sommes partis pour dépenser moins de 100 000 dollars pour créer tous les composants dont nous avons besoin.”

En quoi l'apprentissage généré par les employés est-il la solution la plus durable à long terme ?

Étant donné sa nature organique et démocratique, l'apprentissage généré par les employés (EGL) est une constante dans l'évolution des temps, des technologies et des tendances. L'EGL est ancré dans les théories d'apprentissage social et des communautés de pratiques, ayant toujours prévalu comme des idéologies importantes sur le lieu de travail.

Nous présentons ci-dessous quelques avantages associés à l'EGL et à son utilisation pour créer du contenu en interne sur le long terme. Bien qu'ils ne soient pas immédiatement ressentis lors du passage à la création de contenu en interne ou à l'EGL, ces avantages démontrent la durabilité à long terme de cette approche.

● **Rapidité de l'activité**

L'EGL permet aux employés de partager leurs connaissances spécifiques dans un cycle continu. On se retrouve ainsi avec un réservoir de connaissances adapté. Ces pools d'informations peuvent aider les autres employés à suivre l'évolution rapide des demandes de l'entreprise.

● **Demandes régionales**

Les équipes de L&D peuvent tirer parti de l'EGL en offrant aux départements régionaux la possibilité de créer leurs propres solutions de formation et de partager des connaissances spécifiques à leur région. Au lieu de devoir refuser des demandes de formation, les équipes de L&D peuvent offrir une solution bien soutenue pour aider à satisfaire ces demandes tout en restant concentrées sur les initiatives globales.

● **La pénurie de connaissances essentielles et actualisées dans le domaine du L&D**

Le manque de connaissances du département L&D pour créer un contenu d'apprentissage spécifique n'est plus un obstacle puisque les employés sont habilités à répondre à leurs propres besoins de formation. Au lieu de créer le contenu lui-même, l'équipe L&D peut guider les experts et examiner leur contenu pour en garantir la qualité. Pour démarrer ce processus, le département L&D peut servir de consultant stratégique, en mettant en place un réseau de experts et en les aidant à créer le bon contenu.

● **Délai de mise sur le marché**

En mettant la création de contenu entre les mains des employés, les experts, les cours peuvent être créés plus rapidement et plus efficacement. Il n'est plus nécessaire de procéder à de nombreux échanges avec des partenaires externes pour que le département L&D puisse partager des informations et des connaissances. En limitant ces dépendances, le contenu peut être créé et partagé à un rythme beaucoup plus rapide. Par conséquent, davantage de contenu et de connaissances sont disponibles au sein de l'organisation.

● **Budgets**

Avec l'EGL, tout est conservé en interne, ce qui est particulièrement important lors des mises à jour et des modifications de cours. En travaillant avec des partenaires externes, les mises à jour peuvent entraîner des coûts supplémentaires. En revanche, lorsque le contenu est créé et hébergé en interne, les mises à jour peuvent être effectuées sans frais et par les employés en cas de besoin.

● **Formation dirigée par les experts**

L'EGL permet aux experts de créer du contenu de formation accessible à tout moment pour tous les employés de l'entreprise. Si une formation sur un sujet spécifique est nécessaire, au lieu que l'expert investisse des heures de son temps pour une session individuelle, les employés peuvent accéder au contenu de la formation quand ils en ont besoin et quand ils le souhaitent.

● **Faire plus avec moins**

Le département L&D peut désormais accomplir davantage. Une fois que les employés sont bien formés et savent créer leur propre contenu, l'équipe L&D peut jouer un rôle de soutien plus important. Cela permet non seulement de gérer plus efficacement la charge de travail, mais aussi de se concentrer davantage sur les projets de formation stratégiques.

T . . | Étude de cas : T-Mobile

Comment T-Mobile a étendu la portée de l'apprentissage généré par les employés (EGL) pour augmenter l'impact de ses équipes L&D

T-Mobile, autre client d'Easygenerator, est une marque mondiale de télécommunications mobiles. Présente dans 6 pays à travers le monde, l'entreprise compte plus de 44 000 employés. Bien que le département L&D répondait déjà aux besoins de formation en interne, il a choisi d'étendre la création de contenu de formation aux experts (la solution à long terme de l'EGL). Cela a permis au département L&D de se concentrer sur d'autres initiatives, créant ainsi un environnement d'apprentissage plus durable.

☆ Le contexte

Dennis Mooldijk est un spécialiste en formation chez T-Mobile. Il est chargé de répondre aux demandes allant de la formation sur les produits, la conformité et le code de conduite à la formation des partenaires (formation sur les produits des revendeurs) et aux instructions de travail. Dans le secteur florissant et concurrentiel des télécommunications, les demandes de formation sont de plus en plus nombreuses. Cependant, le département L&D de T-Mobile était confronté à une réduction importante de ses ressources. Comment Dennis pouvait-il répondre à un nombre croissant de demandes de formation avec moins de personnel en L&D ?

📄 Problème

La situation de T-Mobile est très courante dans le domaine de l'apprentissage et du développement. Les coupes budgétaires avaient réduit l'équipe L&D de 14 à 4 formateurs, tandis que la demande de formation ne cessait d'augmenter. Les demandes de formation s'accéléraient car les nouveaux produits étaient lancés rapidement. Les réductions de personnel obligent l'équipe L&D à rejeter des demandes de formation. Dennis se rend compte que le département L&D ne pourra jamais, à lui seul, répondre à la forte demande de ressources de formation. Ces demandes ne seraient donc pas satisfaites et le délai de commercialisation des ressources de formation serait trop long. Dennis savait qu'il devait trouver un moyen d'augmenter la production de formation en n'utilisant que 25 % de ses ressources précédentes.

💡 Solution

Après avoir identifié le contenu généré par l'utilisateur (ou l'EGL) comme la solution la plus adaptée, Dennis et son équipe sont tombés sur Easygenerator. Grâce à sa faible courbe d'apprentissage, Dennis a constaté que même ceux qui n'avaient pas de formation en e-learning pouvaient créer du matériel de formation attrayant et interactif. Par conséquent, les employés de l'entreprise ont pu se charger de la création du contenu. De plus, grâce au soutien didactique d'Easygenerator, Dennis n'a pas eu à se soucier de la qualité des cours. La responsabilité de répondre aux demandes de formation est passée du département L&D aux unités commerciales, ce qui a permis à Dennis et à son équipe de ne plus rejeter de demandes. Le département L&D est devenu responsable de l'assurance qualité et de l'orientation, délaissant la création de contenu.

“Ce qui a permis à Easygenerator de se démarquer, c'est sa courbe d'apprentissage très réduite, même pour les personnes qui n'ont pas de formation en e-learning ou en pédagogie. Il est très facile pour tout employé de créer des supports de formation attrayants et interactifs avec Easygenerator.”

📊 Résultat

Après un an d'utilisation d'Easygenerator, 100 % des demandes de formation sont satisfaites. En permettant aux employés de générer du contenu pédagogique, la formation est créée 12 fois plus rapidement avec Easygenerator. Dennis et son équipe n'ont plus besoin d'attendre qu'un spécialiste de la formation crée un cours à l'aide de solutions d'apprentissage en ligne compliquées et spécialisées. Depuis que T-Mobile a adopté Easygenerator, le nombre de ressources de formation créées a été multiplié par cinq.

“Easygenerator est si largement adopté parce qu'il ne nécessite pas que le service informatique achète des licences individuelles ou l'installe ; les gens ont juste à s'inscrire pour se lancer. La solution s'adapte très facilement car tout est en ligne. Maintenant, les gens viennent me voir et me disent : « Dennis, j'ai entendu parler de ce nouvel outil pour créer des formations. Je peux l'utiliser moi aussi ? ”

Comment internaliser la création de contenu et se lancer dans l'apprentissage généré par les employés (EGL) ?

Voici quelques recommandations sur la façon de démarrer l'apprentissage généré par les employés :

1. Commencez petit et identifiez les lacunes d'apprentissage

Essayez de déterminer où se trouvent les connaissances inexploitées au sein de l'entreprise. Travaillez avec ceux qui ont les connaissances afin de les saisir et de les partager.

2. Fournissez des conseils

Prodiguez des conseils aux employés et fournissez les bons outils et plateformes pour créer, partager et maintenir le contenu. Easygenerator est un outil qui permet aux employés de créer, partager et maintenir leur propre contenu.

3. Responsabilisez les experts et cocréez des ressources d'apprentissage

Les employés ayant des connaissances spécifiques, à savoir les experts, peuvent créer du contenu. Encouragez un modèle de « co-développement » pour favoriser un dialogue entre les employés et les équipes de L&D.

4. Tirez parti des commentaires et des analyses

Encouragez les employés à fournir des commentaires pour améliorer continuellement le contenu. Ils peuvent constituer une mine d'or pour fournir du meilleur contenu et améliorer les ressources futures.

Conclusion

Maintenant, la vraie question est la suivante : combien d'argent la création de contenu en interne peut-elle vraiment faire économiser ?

La réponse immédiate est la suivante: Le temps et les connaissances représentent la nouvelle monnaie des entreprises. Par conséquent, il ne suffit pas d'additionner les dépenses liées à la formation en ligne. Il est important de considérer la valeur à long terme. En faisant appel aux employés internes, en accélérant le processus et en permettant aux équipes de L&D de consacrer leur temps à d'autres initiatives, l'impact global est plus important et le coût est moindre.

En utilisant le prisme de valeur mentionnée au début de l'e-book, nous pouvons examiner les principaux avantages en interne comparés à l'externalisation.

Valeur ajoutée	Coût économisé
<ul style="list-style-type: none"> • Livraison dans les délais, car le contenu est créé au rythme de l'entreprise. • Aucun retard dans la mise à jour du contenu pour tout changement mineur 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de perte de temps à valider le contenu et à créer de multiples itérations avec les partenaires externes. • Le contenu est mis à jour à la volée, sans l'intervention d'un intermédiaire.
<ul style="list-style-type: none"> • Le contenu de la formation est aligné sur les objectifs de l'entreprise, car les experts internes connaissent mieux les besoins et les attentes que les partenaires externes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Il n'y a pas de perte de temps pour définir les objectifs commerciaux et s'aligner sur les partenaires externes.
<ul style="list-style-type: none"> • Création de contenu accélérée grâce à des outils simples permettant une création de contenu plus rapide • Un contenu simplifié et plus efficace 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de temps perdu à apprendre des outils fantaisistes

Si l'on examine le tableau ci-dessus, la valeur ajoutée que représente la création de contenu en interne peut, à son tour, contribuer à réduire les coûts. Même si elle n'est pas visible dans l'immédiat ou n'apparaît pas sur la feuille de coûts, elle a un impact sur les économies à long terme. Comme nous l'avons vu, l'apprentissage généré par les employés (EGL) est un excellent moyen d'internaliser la création de contenu. Il est toutefois important de noter qu'il ne s'agit pas toujours de la meilleure solution pour tous les besoins de formation. Par exemple, la formation sur la sécurité et la conformité est généralement considérée comme un enjeu important et ne peut être confiée aux employés. Suivez les principes de votre entreprise, mais n'ayez pas non plus peur de les remettre en question.

Commencez petit et prouvez la valeur. L'EGL et la création de contenu en interne peuvent multiplier vos équipes de L&D, optimiser des budgets limités et aider à répondre à un nombre croissant de besoins d'apprentissage. Le département L&D peut placer les employés au centre de l'écosystème d'apprentissage et leur permettre de piloter et de répondre eux-mêmes à leurs besoins de formation. Les avantages peuvent à eux seuls dépasser les coûts estimés, mais il faut que le département L&D ait l'esprit ouvert et accepte le changement des écosystèmes d'apprentissage au sein des entreprises.