

ISTF

DEVENEZ EXPERT
DE LA FORMATION
DIGITALE

8^{ème} édition

BAROMÈTRE

Les chiffres 2022 du digital learning

Résultats et analyse
d'une enquête
réalisée auprès de
400 structures

Edito

L'année 2021 a été pleine de défis pour les services et organismes de formation. Il a fallu continuer de s'adapter aux contraintes sanitaires et aux imprévus mais néanmoins si répétés « je suis cas contact, je ne peux pas animer la formation de demain en salle ». Qualiopi et les renouvellements France Compétences ont été des enjeux de taille également, avec des échéances ayant l'allure d'épées de Damoclès.

Malgré tout, notre 8ème enquête sur les usages du digital learning nous a montré que les professionnels de la formation n'ont pas cessé de progresser en matière de transformation de leurs offres et pratiques.

Je tenais donc à remercier les répondants, toujours plus nombreux, grâce à qui nous pouvons construire ce baromètre qui est davantage lu et partagé d'années en années. Sans plus attendre, je vous laisse consulter les chiffres clés de ce baromètre 2022.

Bonne lecture !



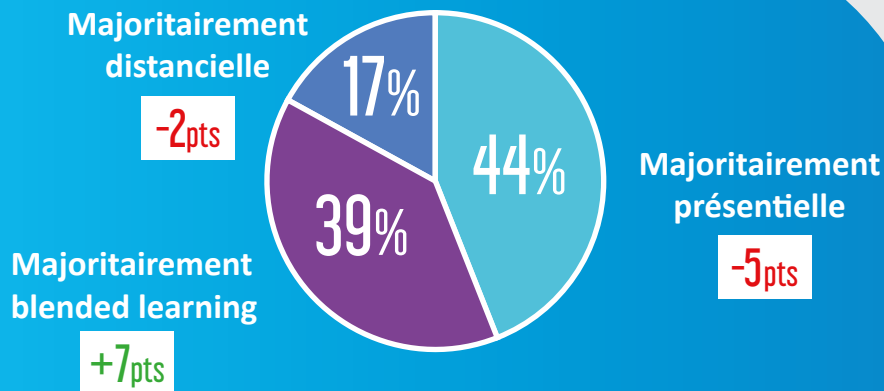
Sommaire

La formation n'a jamais été autant blended learning.....	4
Et le sera encore plus demain.....	5
Les atouts du digital learning.....	7
Les ressources humaines, 1er frein du digital learning.....	8
La classe virtuelle, aussi efficace que le présentiel ?.....	9
La durée idéale d'une classe virtuelle.....	10
Des métiers de spécialistes.....	11
La production interne à un haut niveau.....	12
Outils du digital learning : les logiciels du quotidien et gratuits ont la côte !.....	13
Les facteurs d'engagement.....	14
Les facteurs qui influencent le taux de complétion.....	15
Le tutorat, plus que jamais l'arme de l'engagement !.....	16
La classe virtuelle, championne du tutorat.....	17
Le panel.....	18
A propos d'ISTF.....	19



La formation n'a jamais été autant blended learning...

Comment les entreprises qualifient-elles leur offre de formation ?



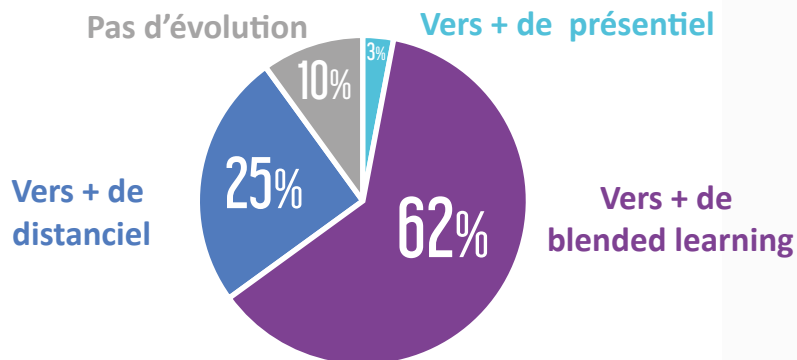
Avec l'allègement des restrictions sanitaires survenu en 2021 (et notamment la fin des périodes de confinement), la part de l'offre majoritairement distancielle perd 2 points.

Toutefois, l'offre majoritairement présentielle perd elle aussi du terrain (-5 points) et atteint son plus bas record avec 44% des offres de formation proposées par les entreprises.

Au profit donc, de l'offre majoritairement blended learning (présentiel et distanciel) qui représente aujourd'hui 39% des actions de formation mises en place.

... Et le sera encore plus demain

Pour l'année 2022, vers quelle direction allez-vous faire évoluer votre offre de formation ?



Cette tendance de réduction du présentiel au profit du distanciel et du blended learning devrait continuer cette année encore puisque plus de 87% des personnes interrogées souhaitent faire évoluer leur offre dans ce sens.



Les atouts du digital learning

Les 3 raisons principales pour passer au digital learning

1 - Pour améliorer l'efficacité pédagogique des formations : les acteurs de la formation l'ont bien compris, le digital est avant tout un levier pédagogique, non pas par nature mais grâce à la capacité d'ingénierie des dispositifs qu'il permet de faire. Autrement dit, le digital n'est pas meilleur mais il offre plus de possibilités d'ingénierie.

2 - Pour être plus réactif face aux enjeux business : pouvoir réagir rapidement aux attentes du marché (et notamment en période de crise) est le 2ème atout du digital learning.

3 - Pour répondre à la demande des ses clients : la poussée du distanciel se retrouve également auprès de la demande et pouvoir y répondre est plus qu'indispensable.

Pourquoi passer au digital learning ?



Les ressources humaines, 1er frein du digital learning

A travers la question du frein au développement du digital learning dans les structures, on constate que les problèmes directement liés aux ressources humaines (temps dédiés, effectifs dédiés et compétences) représentent plus de la moitié des raisons invoquées par notre panel.

Le manque de budget à proprement parler arrive en 3^{ème} position.

Réussir sa transformation digitale, c'est donc avant tout se donner les moyens pour y arriver.

Notons également que la performance des outils, l'adhésion de la hiérarchie ou la pertinence de la modalité digitale ne sont pas de réels freins à cette mise en place.

Manque de temps et/ou d'effectifs

32%

Manque de compétences
(équipes formation pas assez expérimentées en digital learning)

25%

Manque de budget

15%

Les outils pas assez performants

7%

Manque d'adhésion de la hiérarchie

7%

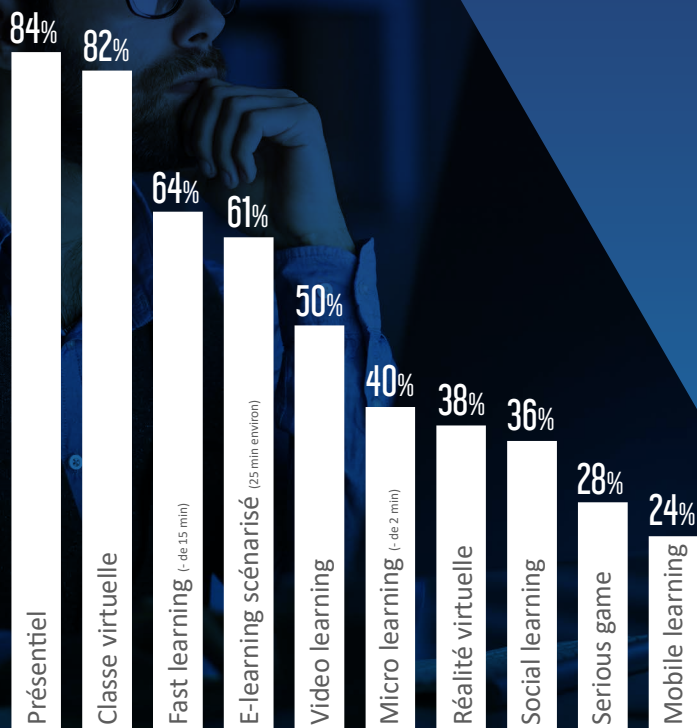
Rien

9%

Manque d'efficacité pédagogique du digital

5%

Efficacité des modalités d'apprentissage



La classe virtuelle, aussi efficace que le présentiel ?

La classe virtuelle est jugée quasiment aussi efficace que le présentiel par notre panel.

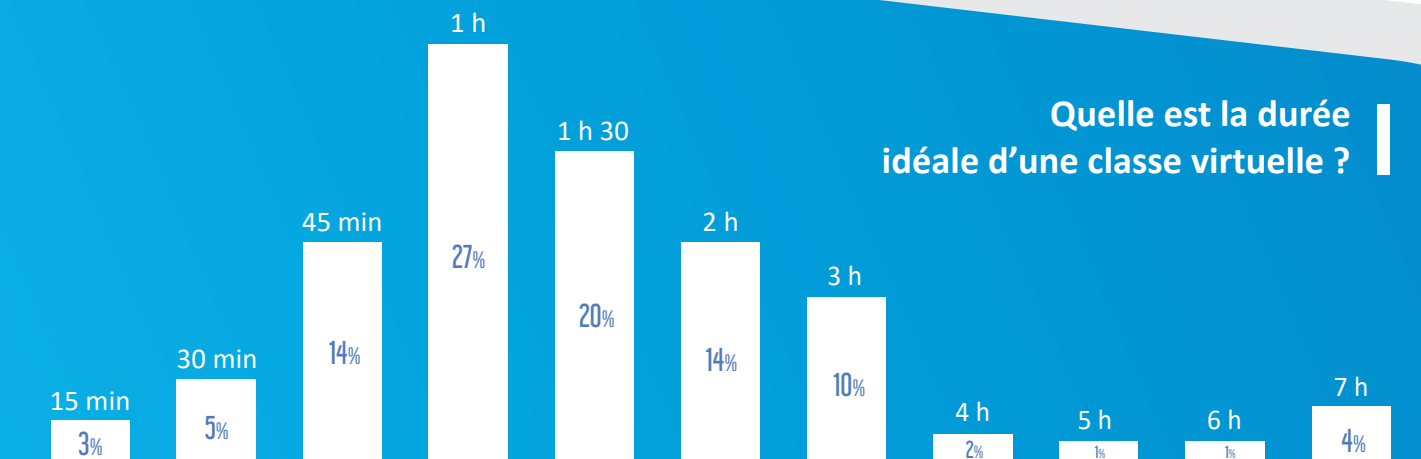
Il va sans dire que la crise a eu un impact dans la mentalité des acteurs de la formation et des stagiaires : le distanciel est aujourd'hui totalement intégré dans les dispositifs de formation. L'expérimentation à marche forcée du 100% à distance aura eu pour conséquence d'amener le plus grand monde à tester cette modalité et réaliser par l'exemple que cela fonctionne très bien.

Le reste du classement est relativement stable par rapport à l'an passé à part pour le mobile learning qui chute de la 6^{ème} à la dernière place.

La durée idéale d'une classe virtuelle

La très grande majorité des professionnels de la formation de notre panel s'accorde à dire que la durée idéale d'une classe virtuelle se situe entre 45 minutes et 2 heures (75% des sondés) avec un point optimal sur 1h (27%). Seulement 7% de personnes interrogées organisent des sessions de plus de 3 heures.

Vous l'aurez compris, il est difficile d'organiser une journée complète de formation en classe virtuelle (comme une journée de formation en présentiel) car il est difficile de maintenir l'attention des stagiaires sur de longues durées à distance. Il vaut mieux privilégier des sessions régulières d'une durée de 1 heure environ.



Des métiers de spécialistes

On retrouve 4 grands métiers clés au sein des services formation avec des compétences différentes :

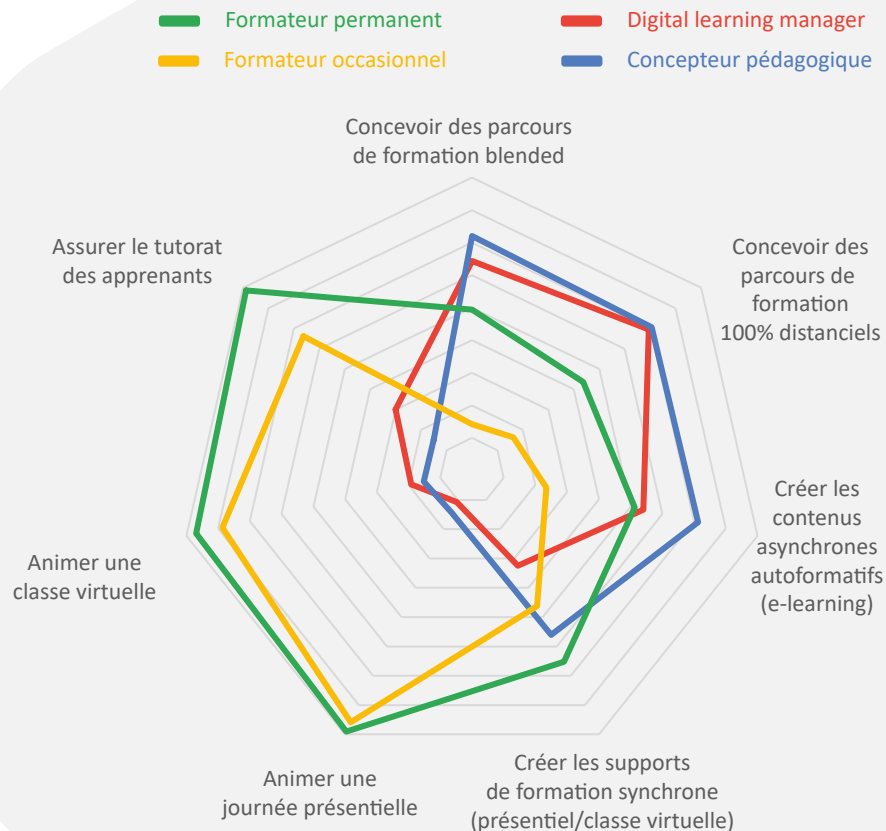
- **Le digital learning manager** : il coordonne les projets de formation digital learning.

- **le concepteur pédagogique** : il produit les ressources nécessaires aux projets de formation.

- **Le formateur permanent** : au sein du pôle formation, il met en application les projets de formation.

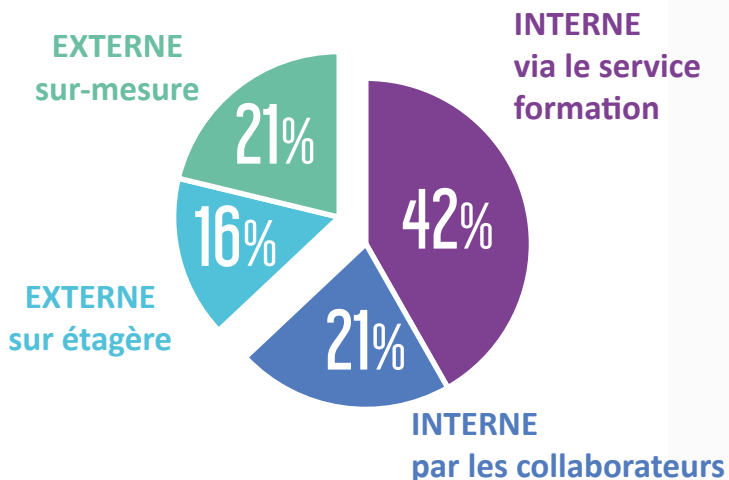
- **Le formateur occasionnel** : expert métier qui anime ponctuellement des formations sur un domaine spécifique.

Qui doit maîtriser quoi ?



La production interne à un haut niveau

■ Origine des contenus digitaux



63% des contenus digitaux sont aujourd'hui produits en interne : soit par le service formation, soit directement par les collaborateurs eux-mêmes.

Un chiffre élevé et qui gagne encore 1 point par rapport à l'an passé, au détriment du recours aux catalogues sur étagère.

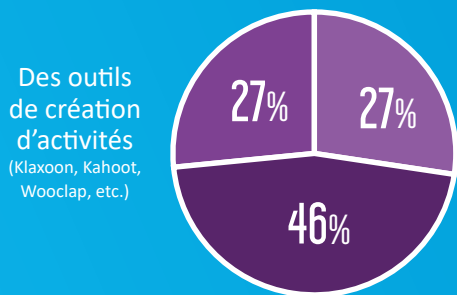
Et, qui devrait encore augmenter cette année puisque 80% du panel souhaite recourir encore plus à la production en interne pour 2022.



Outils du digital learning : les logiciels du quotidien et gratuits ont la côte !

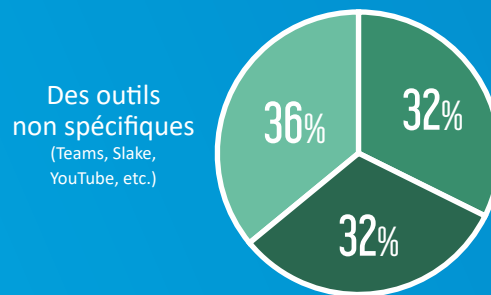
- Contrairement aux idées reçues, les outils les plus utilisés pour la création/animation du digital learning sont ceux que nous utilisons au quotidien (PowerPoint, Genially, Google forms, etc.) plus que les outils spécifiques de la formation.
- Au niveau de la diffusion, il est également important de noter que le recours aux plateformes gratuites (Moodle, ParcOOroo, etc.) arrivent ex æquo avec les plateformes payantes. Et encore plus surprenant, 36 % des diffusions de formation à distance se font sans LMS mais via les outils transverses de l'entreprise (Teams, Google suite, etc.)

Les types d'outils utilisés dans les projets de digital learning



Des outils génériques
de création
(PowerPoint, Genially, Google forms, etc.)

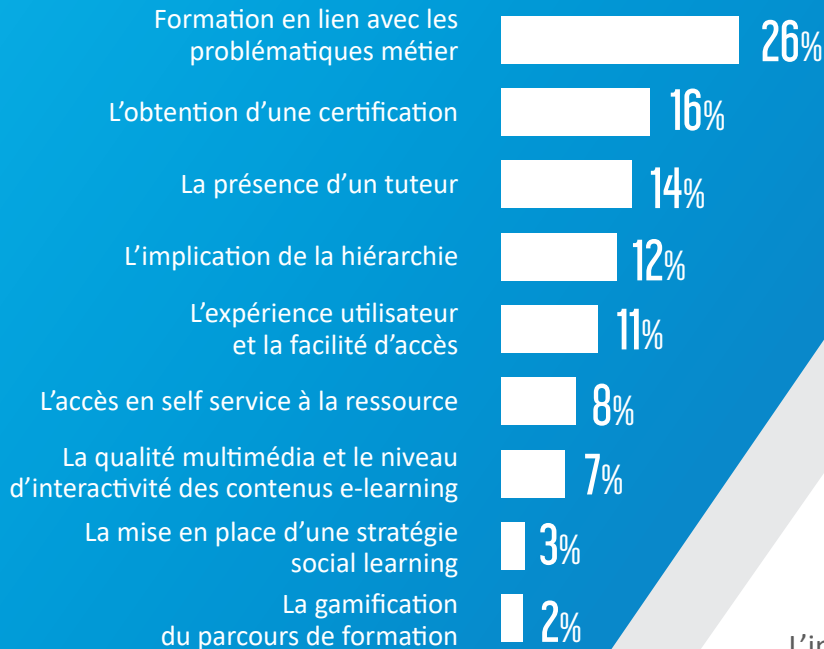
Des outils
auteurs
spécifiques
(Adobe, Articulate,
Rise, etc.)



Une plateforme
LMS OU LXP gratuite
(Moodle, ParcOOroo, etc.)

Une plateforme
LMS OU LXP
payante
(360Learning, Talentsoft,
Rise Up, etc.)

Les facteurs de motivation pour commencer une formation en ligne



Les facteurs d'engagement

Qu'appelle-t-on facteurs d'engagement ?

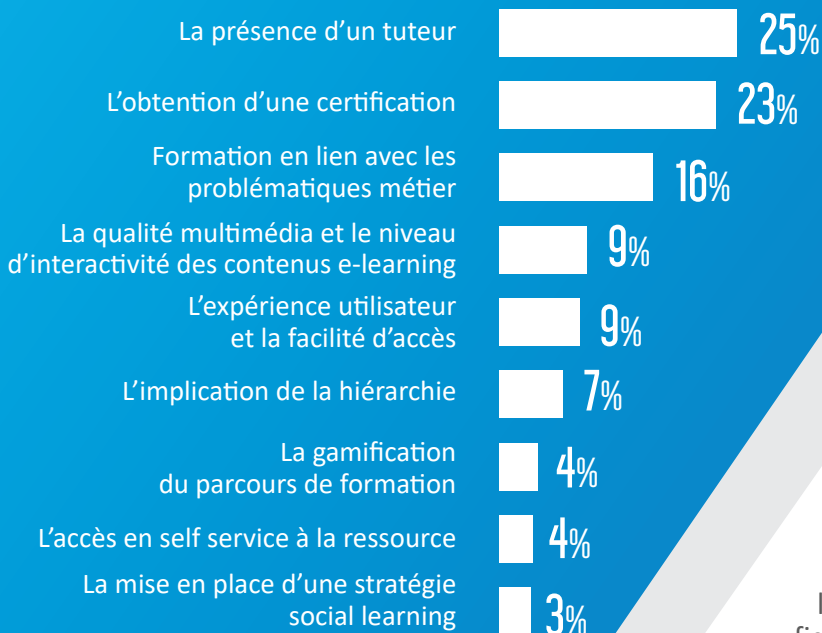
Il s'agit des facteurs qui influencent, soit le taux de participation, soit le taux de complétion (parfois appelé complétude).

Le taux de participation traduit la motivation des apprenants à commencer leur formation.

Cette année encore et comme chaque année, c'est bien le thème de la formation qui est le 1^{er} facteur d'engagement, suivi de l'obtention d'une certification et la présence d'un tuteur.

L'implication de la hiérarchie qui avait perdu 3 places l'an passé en pleine crise sanitaire reprend la 4^{ème} place.

Les facteurs de motivation pour terminer une formation en ligne



Les facteurs qui influencent le taux de complétion

Du point de vue des facteurs incitant les stagiaires à terminer leur formation, le classement est identique à l'an passé.

Dans le trio de tête, la présence d'un tuteur, l'obtention d'un certificat et l'objectif de la formation en lien avec ses problématiques sont toujours plébiscités. Le social learning, l'accès en self service et la gamification sont cette année encore en bas du classement et représentent à peine un peu plus de 10% des facteurs de motivation à eux trois.

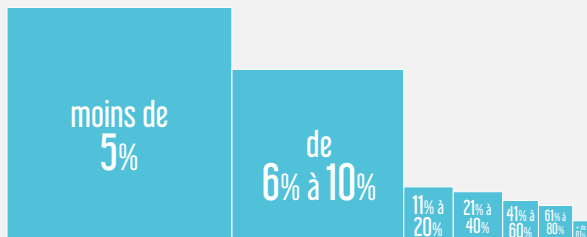
Ce qu'il faut retenir c'est que chacun de ces items a un effet positif sur l'engagement de l'apprenant. Mais bien qu'ils soient tous bénéfiques, il est pertinent de les prioriser selon le niveau d'impact. Assurez-vous en premier lieu que vos dispositifs répondent aux premiers critères avant d'utiliser votre énergie sur les derniers.

Le tutorat, plus que jamais l'outil clé de l'engagement !

Le tutorat a un impact direct sur le taux de complétion (pourcentage d'apprenants allant au bout du dispositif). Les dispositifs de formation tutorés engagent dans une grande majorité des cas les apprenants à aller au bout. A contrario, les dispositifs non tutorés conduisent très souvent à des décrochages. On constate que dans la plupart des formations non tutorées, une faible proportion (moins de 10%) des apprenants finit sa formation.

Taux de complétion SANS TUTORAT

60% des dispositifs non tutorés
ont un taux de complétion
inférieur à 10%



Taux de complétion AVEC TUTORAT

70% des dispositifs tutorés
ont un taux de complétion
supérieur à 60%



La classe virtuelle, championne du tutorat

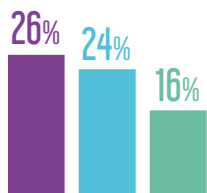
Cette année encore, la classe virtuelle est la modalité de tutorat jugée la plus efficace par notre panel : intégrer des phases synchrones dans vos dispositifs est donc le moyen le plus sûr pour accompagner efficacement vos stagiaires à distance. A contrario, le tchat est la modalité jugée la plus inefficace.

■ L'efficacité des modalités du tutorat

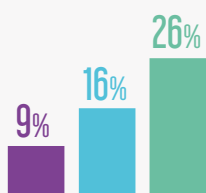
■ Pas efficace

■ Moyennement efficace

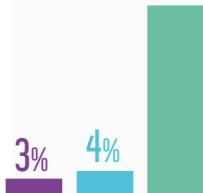
■ Très efficace



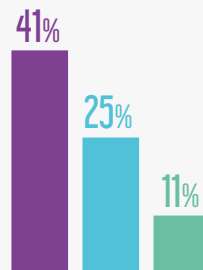
Email



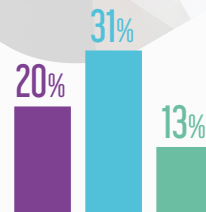
Téléphone



Classe virtuelle



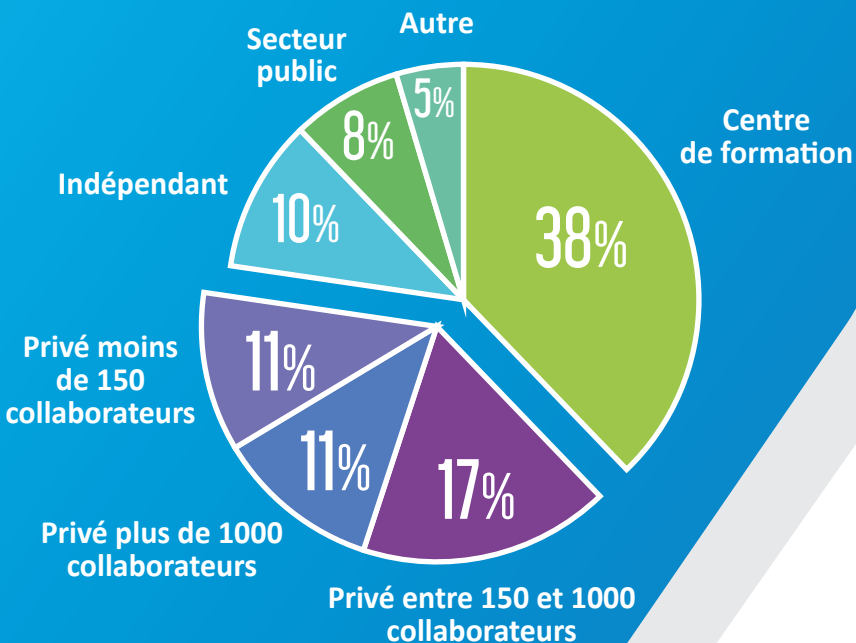
Tchat



Communauté



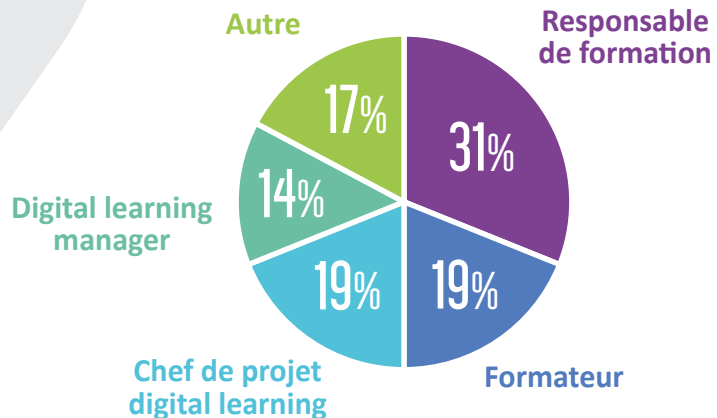
Les types de structures qui ont été sondées



Le panel

L'enquête sur laquelle se base ce baromètre a été réalisée par ISTF d'octobre à décembre 2021 auprès de 400 professionnels de la formation ayant répondu à un questionnaire en ligne.

Les profils qui ont été sondés



A propos d'ISTF



Et si vous faisiez de votre organisation une entreprise apprenante ?

L'ISTF forme et accompagne les entreprises dans leur transition vers le digital learning et dans leur innovation technologique, pédagogique et stratégique.

Notre expertise et nos méthodologies garantissent l'efficacité et le succès de vos projets de formation.

Nos cursus certifiants courts et longs, nos dispositifs sur mesure, nos accompagnements stratégiques et opérationnels permettent à chaque entreprise de professionnaliser son service formation et ses formateurs pour devenir une structure apprenante.

Aujourd'hui, plus de 800 clients nous ont fait confiance pour les accompagner dans leur transition digitale : Orange, Thalès, Aftral, Promeo, CCI Hauts de France, Sopra Steria, Malakoff Médéric, BNP Paribas, l'Alliance Française, les Hôpitaux Universitaires de Genève, Bluelink, Solocal, Dekra, l'ANPAA, Institut 4.10, Audemars Piguet, etc.



ISTF DEVENEZ EXPERT
DE LA FORMATION
DIGITALE

Contactez-nous pour plus d'infos :

 www.istf-formation.fr

 info@istf-formation.fr

 01 70 91 55 41

 [linkedin.com/company/istf-formation](https://www.linkedin.com/company/istf-formation)