

Digitaliser votre offre de formation

Le guide ultime pour
une transition
réussie

Introduction **p.3**

1. Posez les bases de votre projet **p.5**

2. Élaborez une stratégie cohérente **p.8**

3. Choisissez les bons outils **p.12**

4. Impliquez les parties prenantes **p.18**

5. Intégrez la digitalisation à votre stratégie de communication **p.21**

6. Analysez l'impact des formations **p.25**

Conclusion **p.28**

 Bonus **p.32**





Introduction

Le grand saut vers la digitalisation

La digitalisation de la formation n'est pas une idée récente. Elle a germé il y a plusieurs décennies, à l'époque où les premiers micro-ordinateurs commençaient à diffuser images et sons. Avec l'avènement d'Internet il y a 30 ans, cette évolution a timidement pris son envol. Mais c'est véritablement lors de la période COVID que tout a basculé. Les mots "présentiel" et "distanciel" sont devenus familiers, marquant un tournant majeur : la formation, autrefois ancrée dans les salles physiques, a découvert l'immensité du numérique. Mais **comment s'y prendre pour que le passage au digital soit une véritable réussite ?**

Réinventer son offre pour une transition réussie

Si beaucoup d'organismes de formation continuent à s'appuyer sur des modèles essentiellement présentiels, les évolutions rapides des organisations et du travail, alliées à une baisse significative des coûts technologiques, rendent aujourd'hui la digitalisation presque incontournable. Cette transition apparaît dès lors comme **une opportunité sans précédent** d'étendre la portée de son offre de formation et de répondre plus précisément aux attentes des apprenants.

Ce guide s'adresse à vous, responsables d'organismes de formation, ingénieurs pédagogiques, ou formateurs indépendants, qui souhaitez poser les bases solides de votre projet ou transformer vos premiers essais en véritables réussites.

Comment éviter de s'égarer dans un labyrinthe de technologies, de fausses croyances et d'outils complexes ? La réponse ne réside pas simplement dans l'achat d'une plateforme et la création de contenus multimédias.

Digitaliser, c'est réinventer son offre de services, détecter des axes de progrès, saisir des opportunités et déjouer les pièges.

Ensemble, nous allons explorer :

- Les étapes fondamentales pour structurer votre projet.
- Les stratégies pour choisir les outils adaptés.
- Les clés pour mobiliser vos équipes et intégrer la digitalisation dans votre communication.

Prêt(e) à embarquer pour ce grand voyage ? **C'est parti !**

1. Posez les bases de votre projet




Une question de fondations solides

Avant de vous lancer dans la digitalisation de votre offre de formation, prenez un moment pour réfléchir. Non, il ne suffit pas de suivre la vague ou de répondre à une pression extérieure. Pour réussir, il faut poser les bases solides d'un projet aligné sur vos besoins et ceux de vos apprenants.

Question 1 : quels sont vos objectifs ?

Les objectifs de votre digitalisation doivent être clairs, précis et formalisés. Voici quelques pistes pour guider votre réflexion :


- **Croissance de votre activité**
Une offre digitalisée peut attirer des publics éloignés ou indisponibles pour le présentiel.
- **Diversification** : répondez à la concurrence en offrant des modalités innovantes et adaptées aux besoins modernes.
- **Réduction des contraintes**
Proposez des formats flexibles pour les apprenants pris dans un quotidien professionnel intense.
- **Innovation** : démarquez-vous avec des solutions inédites dans votre domaine.

 **Attention !** Des arguments comme "Nos concurrents le font, donc nous aussi" ou "Il nous faut du digital pour répondre aux financeurs" peuvent lancer la réflexion, mais ils ne suffisent pas pour structurer un projet ambitieux.

Question 2 : à qui s'adresse votre projet ?

Vous devez absolument comprendre les attentes, les besoins et les contraintes de votre public cible. La digitalisation doit résoudre des problèmes concrets tout en évitant d'en créer de nouveaux. Posez-vous les bonnes questions :

- **Quels problèmes actuels résout votre nouvelle offre ?**
Exemple : si vos apprenants peinent à libérer deux jours consécutifs pour un présentiel, un format hybride (1 jour en salle + des modules asynchrones et/ou des classes virtuelles) peut être une solution gagnante.
- **Quels freins pourraient apparaître ?**
Exemple : votre public a-t-il accès aux outils numériques nécessaires (ordinateur, connexion Internet) ? Est-il familier avec les formations à distance ?

 **Astuce** : listez les irritants actuels de votre cible et explorez comment le digital peut les réduire, sans oublier de lever les éventuelles résistances.

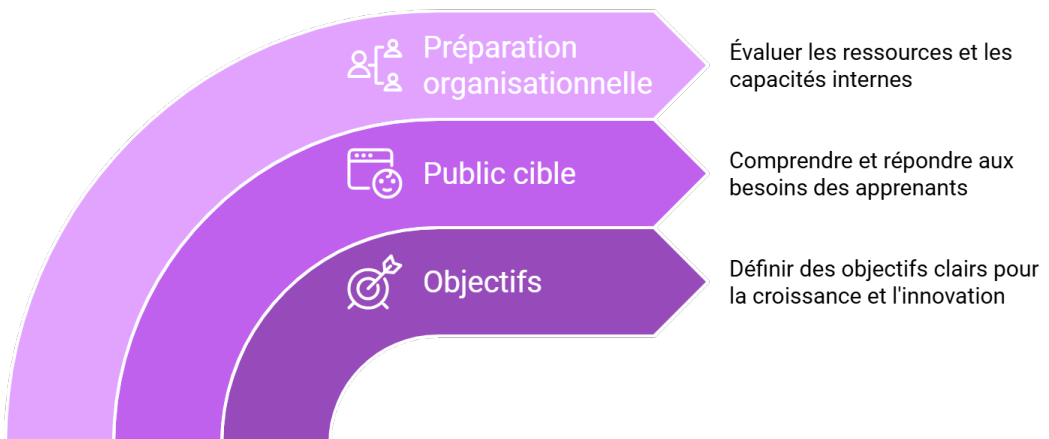
Question 3 : votre organisation est-elle prête ?

Examinez votre environnement interne pour identifier vos forces, vos faiblesses, et les opportunités qui s'offrent à vous :

- **Ressources humaines** : vos formateurs sont-ils compétents en digital learning ? Quelles formations ou accompagnements prévoyez-vous ?
- **Moyens financiers** : votre capacité d'investissement permet-elle un lancement progressif ou massif ?
- **Structure organisationnelle** : disposez-vous d'une équipe dédiée au marketing et à la commercialisation des formations digitales ?

La réussite de votre projet repose sur une analyse réaliste de vos capacités internes. Il est donc essentiel de prendre le temps de cartographier vos forces et faiblesses pour éviter les mauvaises surprises.

En résumé : les bases de la digitalisation de la formation



2. Élaborez une stratégie cohérente



Définir sa stratégie : la boussole de la digitalisation


Félicitations, vous avez posé les bases de votre projet !
L'heure est maintenant venue de structurer précisément votre stratégie pour que votre vision prenne forme.

Alors par où commencer ? **Tout débute avec votre offre.**
C'est elle qui guidera vos décisions et définira les contours de votre organisation future.

Phase 1 : imaginez votre offre digitalisée

En vous appuyant sur vos objectifs précédemment définis, concevez une offre cohérente et alignée avec les besoins de vos apprenants. Voici les principales questions à explorer :

- **Hybridation ou digitalisation totale ?** Souhaitez-vous enrichir vos formations présentielles en les rendant plus flexibles, ou créer une offre 100 % digitale ?
- **Modalités et formats :** quels outils pédagogiques utiliser (e-learning, classe virtuelle, présentiel) ? Quelles seront les caractéristiques de vos modules (durée, prix, financement) ?

 **Astuce :** Associez vos équipes à cette réflexion. Organisez des ateliers collaboratifs pour identifier les meilleures idées et garantir l'adhésion des parties prenantes.

Phase 2 : évaluez l'impact sur votre organisation

Votre offre définie, il est temps de projeter votre organisation dans ce nouveau modèle. Posez-vous les questions clés suivantes :

- **Ressources humaines**
Disposez-vous des compétences nécessaires pour produire et administrer des formations en ligne ? Faut-il recruter ou former votre équipe ?
- **Infrastructure technique :** avez-vous les outils pour héberger vos contenus (plateforme LMS, solution de classe virtuelle, etc.) et suivre avec précision les apprenants ?
- **Marketing et commercialisation**
Comment allez-vous promouvoir et vendre votre nouvelle offre ? Quels canaux seront les plus efficaces ?

Exemple concret : Si vous développez vos propres contenus pédagogiques, prévoyez les compétences et le temps nécessaires pour produire ces modules. Former un formateur en interne ou bien recruter un ingénieur pédagogique sont deux options bien différentes du point de vue organisationnel.

Phase 3 : anticipez les risques

Une stratégie réussie repose sur l'identification proactive des risques et des moyens de les prévenir.


- **Risque humain** : vos équipes pourraient ne pas adhérer au projet. **Solution** : Impliquez-les dès le départ et offrez-leur des formations pour les rassurer sur leur rôle.
- **Risque technique** : une nouvelle plateforme pourrait être complexe à gérer. **Solution** : Préparez vos administrateurs et optez pour des outils intuitifs, personnalisables et rapide à déployer.

Utilisez des ateliers structurés pour recueillir les retours des parties prenantes et imaginer des solutions adaptées à votre environnement.

Phase 4 : dessinez votre Business Model

Le business model est la colonne vertébrale de votre stratégie. Une fois les impacts identifiés, décrivez les actions clés qui garantiront la réussite de votre projet :

- **Quelles promesses faites-vous à vos clients ?** Par exemple, une formation plus efficace grâce au digital.
- **Quelles solutions apportez-vous ?** Exemple : modularité, tutorat en classe virtuelle, chatbot d'assistance en temps réel.
- **Quels coûts et revenus associez-vous ?** Listez les investissements nécessaires et projetez les bénéfices attendus.

 **Astuce** : Le [*Business Model Canvas*](#) est un outil visuel très utile pour clarifier les éléments clés de votre stratégie.

Phase 5 : construisez votre Business Plan

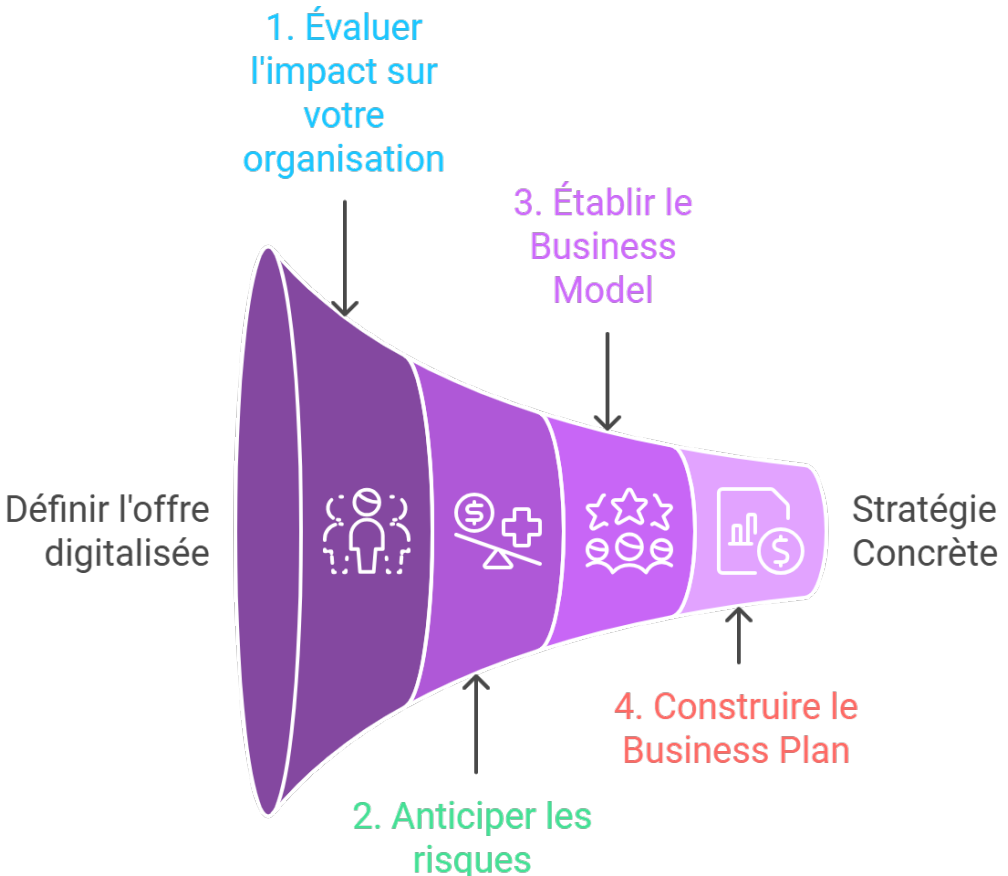
À partir du Business Model, développez un plan financier détaillé :

- **Listez vos dépenses** : outils, formations, recrutement, commercial, marketing, etc.
- **Estimez vos revenus selon vos objectifs** : nombre d'inscriptions, prix par module, etc.
- **Positionnez vos actions dans le temps** pour anticiper les besoins en trésorerie.

Conclusion d'étape : de la stratégie à l'action

Votre stratégie de digitalisation est maintenant sur les rails. En définissant une offre claire, en anticipant l'impact sur votre organisation et en structurant vos actions, vous posez les bases d'un projet cohérent et ambitieux. Il ne reste plus qu'à transformer ces idées en actions. **Prêt(e) à relever le défi ? On continue le voyage ensemble !**

Les quatre phases pour affiner votre stratégie



3. Choisissez les bons outils



Les outils : le socle technique de votre digitalisation

Vous avez posé les bases de votre projet. Vous avez défini vos objectifs et structuré votre stratégie, bravo ! Il est maintenant temps de vous pencher sur une question cruciale : le choix des outils. Ce n'est pas qu'un simple détail technique, mais un véritable pilier de la réussite de votre projet.

Qu'il s'agisse de gérer des parcours multimodaux, de faciliter les interactions ou de créer des contenus innovants, **les outils choisis doivent s'adapter parfaitement à vos besoins**, aujourd'hui et demain.

Phase 1 : le LMS, chef d'orchestre de vos formations

Un LMS (Learning Management System) est bien plus qu'une plateforme. C'est l'outil central pour :

- **héberger vos contenus** : modules e-learning, powerpoints, vidéos, sondages, quiz, etc.
- **gérer vos utilisateurs** : apprenants, formateurs, administrateurs, tuteurs.
- **assurer le suivi et le reporting** : activité des apprenants, résultats, certification.

Mais attention, tous les LMS ne se valent pas et il peut s'avérer compliquer de trouver une plateforme qui réponde à votre cahier des charges. Avant de choisir, **détaillez vos besoins avec précision** :

1. Gestion des parcours multimodaux : votre LMS doit pouvoir intégrer des séquences en présentiel, des classes virtuelles et des activités asynchrones, tout en offrant un reporting consolidé pour ces modalités.

2. Présentation de l'offre : faut-il un catalogue ? Plusieurs ? Voulez-vous avoir la possibilité de former vos collaborateurs en interne tout en vendant vos formations à l'externe ?

3. Personnalisation : avez-vous besoin de personnaliser entièrement vos interfaces ? Souhaitez-vous présenter vos formations dans différents portails afin de rendre votre offre accessible à des publics différents ?

4. Gestion des inscriptions
Votre LMS doit-il gérer des validations par des tiers, des files d'attente, des achats en lot, des paiements en ligne ou encore des remises ?

5. Gestion des profils et des rôles : quels sont les profils et les rôles des intervenants (administrateurs, formateurs, apprenants, tuteurs, créateurs de parcours, etc.) ? Que doivent-ils pouvoir faire dans la plateforme précisément ? Il est important que votre LMS puisse s'aligner sur votre structure interne, et offre ainsi une gestion des utilisateurs en parfaite adéquation avec votre organigramme ?

Autres critères pour choisir le bon LMS

6. Accompagnement des apprenants : avez-vous besoin d'outils comme un forum ou une classe virtuelle pour mettre en place du tutorat à distance durant les parcours de formation ? Souhaitez-vous organiser des travaux de groupe avec dépôt de travail ?


7. Gestion de la multimodalité : avez-vous besoin d'outils pour gérer des parcours qui mêlent présentiel (gestion des salles, convocations, émargement...) et classes virtuelles (intégrant de vrais outils pédagogiques comme le tableau blanc ou le travail en sous-groupes, accès aux enregistrements) ?

8. Services associés Souhaitez-vous être accompagné dans la mise en place de la plateforme (paramétrage, personnalisation graphique, conception pédagogique, stratégie globale de digitalisation de votre offre) ?

9. Modèle économique : quel est le coût d'abonnement du LMS ? Est-il basé sur le nombre d'apprenants, de cours suivis ou d'autres critères ? Quels sont les coûts d'hébergement, d'interfaçage avec d'autres systèmes, de paramétrage ou d'exploitation interne ?

10. Qualité de l'éditeur : quelle réputation ou proximité attendez-vous de votre partenaire technologique ? Assure-t-il un accompagnement technique, fonctionnel et pédagogique de qualité ? Les données sont-elles hébergées en France pour être conforme au RGPD ?

Ces critères sont essentiels pour sélectionner un LMS qui sera réellement aligné avec vos besoins et vos ambitions.

 **Astuce** : [Lära LMS](#) est une plateforme d'apprentissage simple à déployer et qui a l'avantage de répondre à l'ensemble des critères mentionnés ci-dessus.

Phase 2 : la classe virtuelle, lieu d'échange et d'apprentissage

La classe virtuelle est devenue **un pilier incontournable** de la formation à distance. Elle offre une **flexibilité sans précédent**, permettant aux apprenants de suivre des sessions en temps réel depuis n'importe quel lieu, éliminant les contraintes géographiques **tout en remplaçant l'humain au cœur de la formation.**



De plus, elle favorise une **interactivité accrue** grâce à des outils spécifiquement conçus pour l'apprentissage en ligne, maintenant un niveau d'engagement élevé entre formateurs et participants. Mais toutes les solutions ne se valent pas et il est important de **ne pas confondre les outils de visioconférence** tels que Teams et Zoom **avec les véritables solutions de classe virtuelle.**


Afin de maximiser l'efficacité de vos activités synchrones, nous vous recommandons **tenir compte des fonctionnalités suivantes :**

- **Des outils collaboratifs pour des interactions enrichies :** optez pour une classe virtuelle qui offre la possibilité de présenter des tableaux blancs et d'annoter différents types de documents (powerpoint, pdf, image, etc.). Assurez-vous également que la solution propose des fonctionnalités telles que le partage d'écran, les sondages, les questionnaires formatifs et sommatifs, ainsi que les espaces de discussion (chat public et privé) pour encourager l'échange d'idées.
- **Ateliers en sous-groupes :** il est important que votre classe virtuelle vous permette de répartir les apprenants dans différents ateliers virtuels. Ainsi, ils pourront mener des activités ciblées et approfondir certains sujets en petits comités, avant de revenir en session plénière pour une mise en commun des travaux réalisés.

Phase 2 (suite) : la classe virtuelle

Autres critères pour choisir la classe virtuelle adéquate

- **Administration simplifiée**
Une interface utilisateur intuitive, sans nécessité d'installation logicielle, permet un démarrage rapide des sessions et une gestion aisée des participants, optimisant ainsi le temps consacré à l'apprentissage.
- **Bibliothèque de ressources**
La disponibilité d'une bibliothèque intégrée pour stocker et partager des documents, des présentations et d'autres supports pédagogiques est essentielle pour un accès facile et organisé aux ressources de formation. Ainsi, vos formateurs pourront préparer dans les meilleures conditions leurs classes virtuelles.

 **Astuce** : En choisissant la [classe virtuelle Via](#) nativement intégrée à Lära LMS, vous optez pour une solution d'une grande richesse pédagogique et vous assurez une parfaite continuité entre vos séquences synchrones et asynchrones.

Phase 3 : les outils de création de contenu

Créer des modules captivants demande des outils adaptés. Voici comment on peut les classer :

- **Outils d'intégration** : pour construire des modules complets comprenant des activités interactives. Ces outils sont spécialisés pour la formation en ligne, et ils prennent en compte les normes qui permettront de remonter les informations de complétude dans votre LMS.
- **Outils de production de composants** : pour créer des activités spécifiques comme des quiz, des simulations ou des vidéos interactives. Ces outils ne sont pas nécessairement spécifiques à la formation en ligne, car ils peuvent produire des activités utilisées sur des sites web à des fins de communication par exemple.
- **Outils de production de médias** : pour concevoir des vidéos, des animations ou des objets 3D. Ils ne sont pas spécifiques à la formation digitale, mais la formation digitale a besoin de ces médias pour illustrer ses contenus.

Phase 4 : les critères économiques et réglementaires

Conclusion d'étape

Chaque outil a un coût et un impact. Prenez en compte :

- **Coût d'acquisition** : licences, hébergement, intégration.
- **Sécurité et conformité des outils** : évaluez les mesures de protection des données et la conformité aux réglementations des outils.
- **Coût de formation et de maintenance** : assurez-vous que vos équipes maîtrisent ces outils pour maximiser leur efficacité.

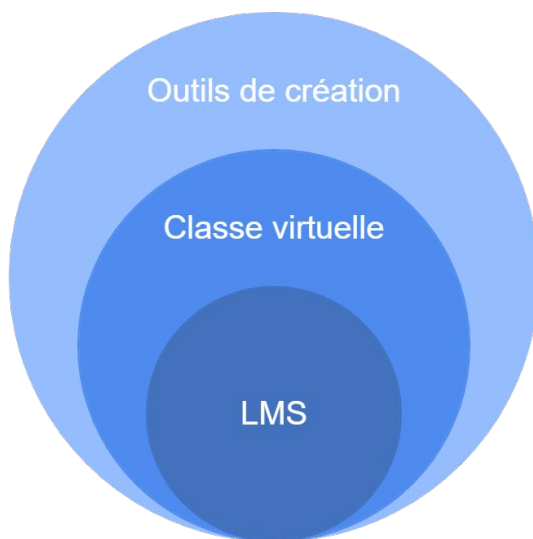
Le choix des bons outils, c'est comme choisir des alliés pour un voyage ambitieux. Prenez le temps de poser les bonnes questions, d'aligner vos outils avec vos besoins, et de former vos équipes pour en tirer le meilleur. Votre succès résidera dans votre capacité à transformer ces outils en véritables accélérateurs d'apprentissage.

Écosystème d'apprentissage numérique

Logiciels pour la création de contenu pédagogique

Solution pour se former à distance et en temps réel

Plateforme centralisant la création, la gestion, la diffusion et le suivi des formations



4. Impliquez les parties prenantes



Les parties prenantes : des alliés incontournables


Un projet de digitalisation ne se limite pas à la médiatisation de contenus sur une plateforme. C'est une transformation en profondeur qui touche à vos pratiques, vos processus et la vision de votre métier.

C'est pourquoi, pour réussir, vous devez mobiliser et engager vos équipes dès le départ de votre projet.

Phase 1 : favorisez une approche collaborative

Associer vos équipes à la conception du projet est crucial pour leur faire comprendre leur rôle et les changements à venir. Pourquoi ?


1. **Renforcer l'adhésion** : la participation active réduit les résistances et transforme les appréhensions en opportunités. **Exemple concret** : un formateur peut craindre que la digitalisation réduise son rôle à néant. Impliquer cette personne dans la co-construction de solutions (ex. : tutorat personnalisé, remédiation) l'aide à trouver sa place et à valoriser son expertise.
2. **Donner du sens** : chaque acteur doit comprendre comment sa fonction évolue et pourquoi son implication est essentielle à la réussite globale.

 **Astuce** : organisez des ateliers collaboratifs pour construire des scénarios d'usage concrets. Faites participer les formateurs, gestionnaires, commerciaux, et même des clients ou des partenaires externes.

Phase 2 : adoptez une approche transversale

Un projet de digitalisation impacte l'ensemble de votre organisation, bien au-delà de l'équipe pédagogique. Assurez-vous d'intégrer :


1. **Les gestionnaires de formation** : la complexité administrative augmente avec la gestion multimodale. Associez-les pour anticiper les besoins et éviter une surcharge. **Exemple** : si une solution implique trois systèmes différents, leur retour peut guider vers des outils plus intégrés.
2. **Les commerciaux** : ils doivent adapter leur discours pour vendre vos nouvelles offres.
3. **Les clients et partenaires** : co-construire avec eux renforce leur engagement et permet de mieux répondre à leurs attentes.

 **Astuce** : inviter un client fidèle à contribuer aux grandes lignes de votre nouvelle offre peut non seulement améliorer la pertinence de vos solutions, mais aussi renforcer la relation commerciale.

Le digital est bien plus qu'une contrainte : c'est une opportunité pour repenser votre organisation. Présentez-le comme **un levier de transformation positive** :

- **Pour vos équipes** : enrichir leurs compétences et redonner du sens à leurs fonctions.
- **Pour vos clients** : offrir des solutions plus adaptées à leurs besoins actuels.
- **Pour votre organisation** : innover pour renforcer votre compétitivité et attirer de nouveaux publics.

Intégrer vos parties prenantes dès le début, c'est faire de votre projet un véritable effort collectif. Ensemble, vous pouvez transformer les résistances en atouts, et les défis en opportunités.

 **Astuce** : pour anticiper les résistances, incluez des formations adaptées, des communications régulières et des moments d'échange ouverts.





5. Intégrez la digitalisation à votre stratégie de communication

Digitalisation et communication : une opportunité stratégique

Digitaliser vos formations, c'est une chance unique de renouveler vos relations avec vos clients actuels et d'en attirer de nouveaux. Grâce au digital, vous pouvez élargir votre audience en abolissant les distances et en répondant aux contraintes de temps et d'accessibilité.

Que vos cibles soient des publics éloignés géographiquement, des personnes avec des agendas serrés ou en situation de handicap, le digital offre des opportunités immenses. Voici **cinq pistes essentielles** pour intégrer efficacement la digitalisation dans votre stratégie de communication et de commercialisation.

En digital, **le support de communication est aussi le support du produit**. Autrement dit, les outils utilisés pour concevoir vos formations peuvent aussi servir à les promouvoir.

- **Exemple concret** : si votre formation digitale embarque vos apprenants dans une expérience immersive et engageante, appliquez la même logique pour séduire vos futurs clients. Créez des teasers vidéo, des aperçus interactifs ou des micro-démonstrations qui illustrent votre approche pédagogique.

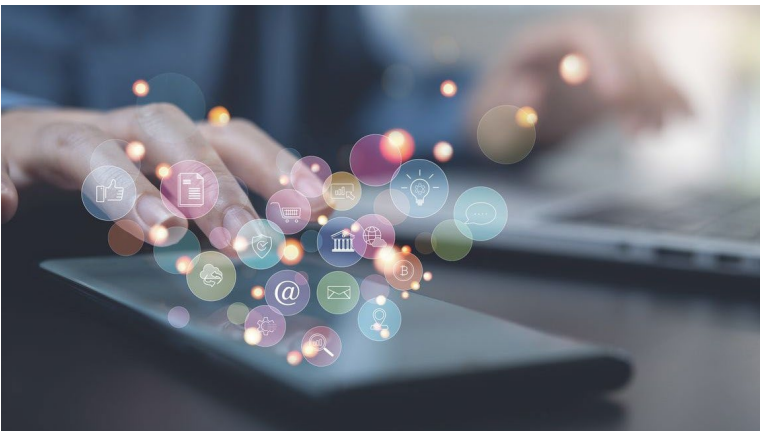
💡 **Astuce** : *utilisez les outils de marketing et d'e-commerce intégrés dans votre plateforme LMS pour faciliter les parcours d'inscription et d'achat.*

Un futur apprenant hésite souvent à s'engager dans une formation digitale. **Votre rôle : le rassurer en explicitant l'expérience qu'il vivra.**

Montrez comment la formation est conçue pour répondre à ses besoins : tutorat, interaction avec d'autres participants, contenu adapté à son rythme.

Partagez des témoignages d'anciens apprenants, sous forme de vidéos ou de verbatims, pour mettre en avant les bénéfices concrets.


💡 **Astuce** : *utilisez vos réseaux sociaux pour publier régulièrement des exemples de réussites ou des coulisses de votre conception pédagogique.*



Piste 3 : centralisez votre communication

Pour maximiser votre impact, vos canaux de communication doivent converger vers un point central.

- **Créez un portail dédié**
Votre plateforme LMS peut devenir un véritable hub de communication, avec des fonctionnalités pour mettre en avant vos offres (catalogues, promotions, mise en avant de certaines formations).
- **Diffusez sur des canaux variés**
Réseaux sociaux, newsletters, et campagnes e-mailing, en renvoyant toujours vers ce point central.

 **Astuce** : pour centraliser efficacement votre communication, envisagez l'utilisation d'une plateforme telle que [Lära LMS](#). Elle vous permet de créer un portail dédié, **véritable hub de communication**, avec des fonctionnalités telles que la création de différents catalogues ou encore la mise en avant de certaines formations. De plus, Lära LMS facilite la diffusion de votre offre de formation sur les réseaux sociaux.

Piste 4 : transformez vos apprenants en ambassadeurs

Vos apprenants satisfaits sont vos meilleurs ambassadeurs. Encouragez-les à parler de votre offre autour d'eux :

- **Proposez des parrainages**
Offrez des réductions ou des avantages aux apprenants qui recommandent votre formation.
- **Collectez des avis et témoignages** : partagez-les sur votre site et vos réseaux sociaux.

Piste 5 : analysez et optimisez vos outils

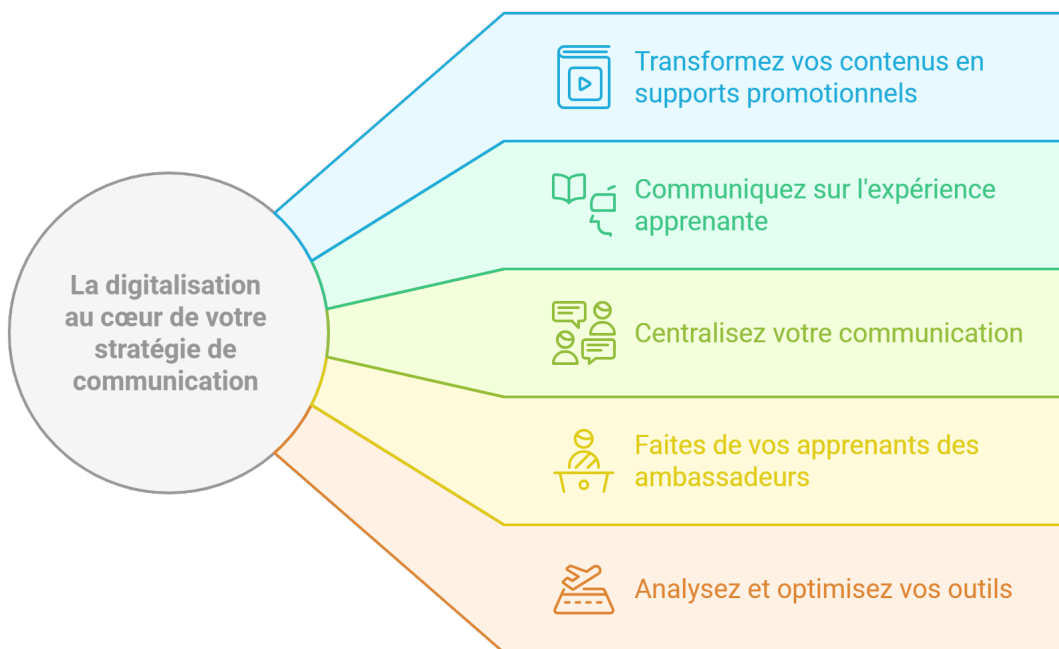
Une stratégie digitale ne fonctionne que si elle est mesurée et ajustée.

- **Suivez vos performances** : quels canaux amènent le plus de clients ? Quels messages génèrent le plus d'engagement ?
- **Adaptez-vous** : concentrez vos efforts sur les vecteurs les plus performants et ajustez les autres en fonction des résultats.

Outils pratiques : utilisez des solutions d'analyse comme Google Analytics pour évaluer le trafic de votre LMS et des CRM pour suivre vos prospects.

Conclusion d'étape : multipliez vos façons de communiquer grâce au digital !

La digitalisation n'est pas seulement une évolution technique, c'est une révolution dans votre manière de communiquer et de vendre vos formations. **En intégrant les cinq pistes ci-dessous dans votre stratégie**, vous transformez vos offres en véritables expériences apprenantes qui séduisent, engagent et fidélisent.



6. Analysez l'impact des formations



L'évaluation : un outil clé pour optimiser vos formations digitalisées

Évaluer vos formations est essentiel, surtout dans un environnement digitalisé. Pourquoi ? Parce qu'une grande partie des apprentissages se déroule à distance, sans les signaux visuels d'engagement et de motivation que l'on capte instinctivement en présentiel. Cette absence d'interactions physiques doit être compensée par des outils et des méthodologies capables de collecter des données pertinentes, de manière régulière et précise.


L'évaluation n'est pas qu'une formalité : elle est au cœur du pilotage de votre dispositif. Elle s'adresse à trois catégories principales :

1. **L'apprenant(e)** : pour suivre ses progrès et renforcer sa motivation grâce à des feedbacks réguliers.
2. **Le formateur(trice) ou producteur de la formation** : pour intervenir au bon moment et ajuster l'accompagnement.
3. **Le commanditaire** : pour garantir que la formation répond aux objectifs fixés et rassurer sur son efficacité.

Phase 1 : renforcez la fréquence des évaluations

Dans les formations digitales, l'évaluation doit être omniprésente et variée :

- **Évaluations diagnostiques** : identifier le niveau initial des apprenants.
- **Évaluations formatives** : accompagner la progression tout au long du parcours.
- **Évaluations sommatives** : mesurer les acquis à la fin de la formation.

 **Astuce** : intégrez des quiz interactifs, des sondages réguliers et des feedbacks instantanés pour lutter contre l'abandon et maintenir l'engagement.

Phase 3 : faites évoluer votre dispositif grâce aux données

Analysez régulièrement vos données pour :

- Corriger les dysfonctionnements.
- Identifier les pratiques efficaces.
- Réajuster vos contenus et approches pédagogiques.

Phase 2 : formalisez l'informel

En présentiel, de nombreux retours passent par des interactions informelles (discussions, observations). En ligne, ces opportunités se raréfient. Il est donc indispensable de formaliser ces moments :

- **Collectif** : lancez une "météo" au début d'une classe virtuelle pour évaluer l'humeur générale.
- **Individuel** : utilisez des sondages nominatifs pour identifier les apprenants en difficulté.

Exemple concret : un apprenant signalant une difficulté dans un sondage va pouvoir être accompagné immédiatement pour éviter le décrochage.

Phase 4 : fidélisez grâce à l'évaluation

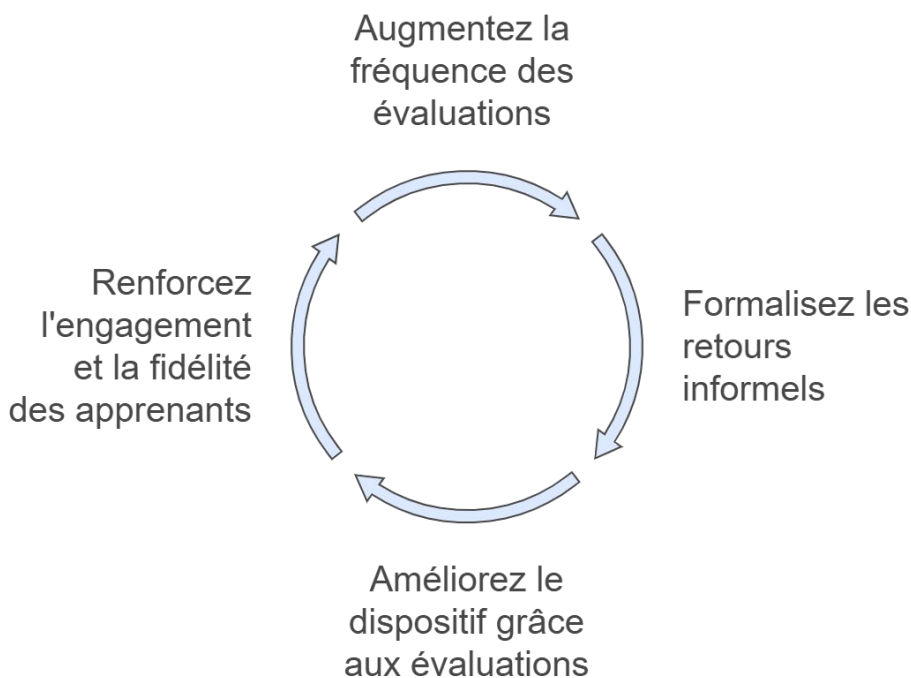
Une évaluation bien construite renforce la fidélité de vos apprenants. Pourquoi ?

- Promesse tenue : en permettant aux apprenants de mesurer leurs progrès, vous prouvez que votre formation répond à ses objectifs.
- Promotion naturelle : les apprenants satisfaits deviennent vos meilleurs ambassadeurs en partageant leurs retours positifs.

Conclusion d'étape : mesurez, ajustez, progressez !

L'évaluation n'est pas une contrainte : c'est une opportunité d'améliorer sans cesse vos formations tout en renforçant la satisfaction de vos apprenants. Grâce à des outils simples mais efficaces, vous pouvez piloter votre dispositif, réduire les risques d'abandon et transformer vos formations en véritables références dans votre domaine.

Le cercle vertueux de l'évaluation continue





Conclusion

Un projet mobilisateur et enthousiasmant

Vous l'avez compris, la digitalisation d'une offre de formation, même partielle, n'est pas qu'une simple évolution technique : c'est une transformation complète qui impacte l'ensemble de votre organisation. Elle invite à repenser vos pratiques, vos outils et vos interactions avec vos apprenants. Certes, l'ampleur du projet peut sembler impressionnante, mais **avec une vision claire, une méthodologie adaptée et l'énergie de vos équipes**, elle devient un levier puissant pour faire progresser votre structure et renforcer votre impact.

Mettez toutes les chances de votre côté : passez dès maintenant à l'action !

Bravo ! En arrivant à la fin de ce guide, vous êtes désormais armé(e) de connaissances, d'astuces et de stratégies pour vous lancer dans la digitalisation de vos formations. Vous avez exploré les fondamentaux, identifié les étapes clés et découvert les outils qui feront la différence. Mais entre la théorie et la pratique, il y a un pas à franchir. Pourquoi ne pas transformer votre vision en réalité grâce à une méthode opérationnelle éprouvée ?

C'est ici que notre formation "[Bâtir une offre de formation en ligne performante](#)" entre en scène. Cette formation a été pensée pour répondre à une question cruciale : **comment digitaliser efficacement tout en optimisant son retour sur investissement ?**



Vous le savez maintenant, concevoir une offre de formation en ligne performante, ce n'est pas seulement choisir un LMS et créer du contenu. C'est construire une expérience apprenante qui engage, fidélise et séduit. C'est aussi imaginer une offre alignée sur les attentes réelles de votre public et sur les spécificités de votre organisation. Et, surtout, c'est transformer cette ambition en succès rapide et concret.

Une formation pragmatique et sur-mesure

Pour répondre à ces enjeux, notre formation s'appuie sur :

- **Un premier atelier en classe virtuelle** pour structurer votre projet :
 - Clarifiez votre vision en prenant du recul sur votre offre.
 - Challengez vos idées pour affiner votre stratégie.
 - Concevez un parcours utilisateur engageant et performant.
 - Élaborez un plan d'action concret et opérationnel.

- **Une mise en œuvre terrain pendant 6 mois** : testez, ajustez et appliquez les enseignements à votre réalité.

- **Un deuxième atelier en classe virtuelle** pour faire le point :
 - Revenez sur votre expérience et identifiez les axes d'amélioration.
 - Repartez avec des clés pour pérenniser et amplifier vos résultats.



Pourquoi suivre cette formation ?

- **Pour sécuriser votre investissement** : assurez-vous que chaque euro dépensé dans votre projet génère des résultats tangibles.
- **Pour gagner du temps** : en suivant une méthode éprouvée, vous évitez les erreurs courantes et allez droit au but.
- **Pour bénéficier d'un accompagnement expert** : nos formateurs, issus du terrain et très expérimentés, vous guideront pas à pas dans cette transformation.
- **Pour adapter votre offre à votre contexte** : chaque participant repart avec une stratégie personnalisée, conçue spécifiquement pour son organisation.

Et si c'était votre prochaine étape ?

La digitalisation d'une offre de formation est un chemin passionnant mais exigeant. Avec cette formation, vous vous assurez de **partir du bon pied, avec les bonnes pratiques et les bons outils**. Ne laissez pas votre projet stagner au stade de l'idée : faites-en une réussite concrète et mesurable.



Recevez toutes les informations sur la formation : “Bâtir une offre de formation en ligne performante”



Bonus

Nos checklists pour ne rien oublier !

Parce que chez Classilio, on aime vous simplifier la vie, découvrez en bonus nos checklists claires et complètes pour vous aider à avancer sereinement dans les 6 étapes de la digitalisation de votre offre de formation.

Checklists pour digitaliser votre offre de formation

Étape 1. Les bases du projet : des fondations solides

- Des objectifs clairs, mesurables et partagés sont définis.
- Ces objectifs sont alignés sur les attentes réelles de vos publics cibles.
- Une évaluation des forces et des faiblesses de votre organisation est effectuée.

Étape 2. Les éléments clés d'une stratégie cohérente

- Votre offre digitalisée est élaborée avec précision (formats, prix, financement).
- Les impacts organisationnels sont analysés (RH, technique, marketing, commercial).
- Les risques majeurs sont identifiés et des plans de prévention sont en place.
- Un business model structuré est élaboré.
- Votre business plan est finalisé avec des projections financières réalistes.

Étape 3. Les critères essentiels pour choisir vos outils

- Votre LMS répond à vos besoins spécifiques.
- Votre classe virtuelle est performante (intuitivité, richesse pédagogique, intégration native dans le LMS).
- Vos outils de création de contenu sont compatibles avec la norme SCORM.
- Vous avez pris en compte les coûts et la conformité aux réglementations des outils sélectionnés.
- Vous avez planifié la montée en compétences de vos équipes sur ces outils.



Étape 4. Impliquez les parties prenantes

- Vous organisez des ateliers collaboratifs avec vos équipes.
- Les formateurs et formatrices comprennent leur rôle dans le dispositif digitalisé.
- Les impacts sur les fonctions administratives, commerciales et techniques sont analysés.
- Des partenaires et clients stratégiques sont inclus dans la réflexion.
- Des plans de formation ou d'accompagnement sont en place pour lever les freins.

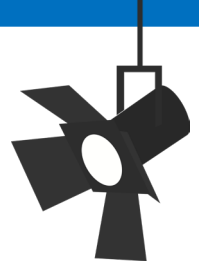


Étape 5. Votre stratégie de communication digitale

- Vous utilisez vos outils de formation pour promouvoir vos offres.
- Vous mobilisez vos apprenants satisfaits pour qu'ils deviennent vos ambassadeurs.
- Vous diversifiez vos canaux de communication.
- Votre communication converge vers un portail centralisé, optimisé pour capter et convertir vos cibles.

Étape 6. Évaluez efficacement vos formations digitalisées

- Vos formations incluent des évaluations fréquentes et variées (diagnostiques, formatives et sommatives).
- Vous avez intégré des outils pour formaliser les retours informels (sondages et émoticônes en classe virtuelle).
- Les données collectées sont analysées pour améliorer vos dispositifs.
- Vous vous servez de l'évaluation comme un outil de fidélisation de votre offre.



Ce guide a été écrit sous la direction de
Sylvain Vacaresse, responsable de
l'accompagnement pédagogique chez
Classilio



Sylvain Vacaresse
Expert du Digital Learning





Acteur passionné du Digital Learning depuis 2008, Classilio fournit à des centres de formation, des TPE-PME, des grands comptes et des organismes publics la plateforme de formation Lära LMS ainsi que la classe virtuelle Via, et les accompagne pour optimiser leur efficacité pédagogique et leur retour sur investissement.



Retrouvez-nous sur nos réseaux pour suivre nos actus !

© Classilio - 2026
21 rue de Fécamp, 75012 Paris
01 77 13 36 46
contact@classilio.com

