

VIE PROFESSIONNELLE

EN LIBRAIRIE

Les Mooc, outils de management

Le principe de ces cours en ligne ouverts à tous commence à sérieusement intéresser l'entreprise : pour former, recruter, et au passage améliorer sa marque employeur.

À vis aux managers et aux autres intéressés : il restera forcément des places. Le 15 février, Cécile Dejoux proposera pendant six semaines un Mooc intitulé « Du manager au leader 2.0 ». « Le but de ce cours en ligne est d'analyser en quoi le numérique transforme le métier de manager », explique cette enseignante, maître de conférences en gestion au Conservatoire national des arts et métiers (Cnam). « Les cours, gratuits, reposent sur des vidéos de 10 minutes diffusées chaque semaine et des exercices à faire à la maison, soit environ deux à trois heures de travail par session. » L'an dernier, son cours a attiré 36 615 inscrits. Un record. « Je m'adresse évidemment aux managers mais pas seulement. N'importe qui peut s'inscrire à un Mooc, étudier à son rythme et en retirer quelque chose. En termes de formation continue, c'est une vraie révolution. »

Au-delà d'un acronyme anglosaxon (NDLR : *massive open online course*, soit des cours gratuits en ligne), un Mooc est une nouvelle façon de partager le savoir. « Les entreprises commencent à s'emparer du sujet sérieusement, témoigne Clément Lhommeau, directeur marketing de la plateforme éducative 360Learning. L'an dernier, BNP Paribas a lancé son premier Mooc sur l'espace unique de paiement en euros Sepa. Orange a aussi lancé ses propres Mooc sur ses métiers. Ces modules, ouverts à tous, permettent de partager des connaissances en interne et en externe. C'est excellent pour la marque employeur et c'est une forme de formation continue plus souple pour les salariés. » « C'est un nouveau mode d'apprentissage autonome et collaboratif », confirme Xavier Delengaigne, consultant chez Collectivité numérique. Car contrairement à une plateforme d'e-learning classique, les



Un Mooc permet de se former à son rythme à la matière de son choix. L'enseignement est dispensé en ligne, sous forme écrite ou sous forme vidéo. (Altopress/Maxppp/F. Cirou.)

élèves sont invités à communiquer, à travailler ensemble en ligne. « Le format est bon aussi pour le cerveau qui a du mal à rester concentré sur la durée, généralement plus de trois quarts d'heure. »

Un outil complémentaire

Les Mooc vont-ils remplacer les modes de formation traditionnels ? « On peut imaginer les Mooc d'en-

treprise comme un catalogue de savoirs que des salariés, voire d'autres, pourraient consulter gratuitement sans contrainte de lieu, de temps ou de fonction », reconnaît Clément Lhommeau. Mais cet expert y voit d'autres utilités. « Dans une entreprise, c'est aussi un formidable outil de ressources humaines : pour la mobilité transversale, car on peut identifier les salariés intéressés par tel ou tel sujet, mais aussi pour le recrutement car les Mooc permettent d'identifier des profils potentiels extérieurs à l'entreprise. » Malgré le succès de son cours, Cécile Dejoux ne voit pas les Mooc se substituer entièrement à d'autres formes de formation. « Une entreprise pourra toujours, en s'associant avec des enseignants, créer des Mooc de qualité, explique-t-elle. Mais il faut les voir comme des outils complémentaires. Même si c'est une bonne façon d'apprendre certaines bases, on aura toujours besoin de présentiel derrière pour aller plus loin et mettre en pratique ces enseignements. L'enjeu, pour les entreprises comme pour les salariés, est maintenant de repenser entièrement leur façon de voir la formation. »

■ CÉLINE CHAUDEAU

EN SAVOIR PLUS

À LIRE

- « MOOC : l'apprentissage à l'épreuve du numérique », de Clément Lhommeau, éd. FYP, 2014, 224 pages, 20 €.
- « Guide pratique des MOOC », de Pascal Nguyen et Gilles Daid, éd. Eyrolles, 2014, 184 pages, 18 €.

À CONSULTER

- Solerni, la plateforme de social learning du groupe Orange pour connaître ses prochains Mooc : solerni.org
- Pour suivre le Mooc « Du manager au leader 2.0 » à partir du 15 février : www.ceciledejoux.com.
- Pour découvrir d'autres Mooc en cours : m.coc-fran.cophone.com.

LES MESURES À PRENDRE

Identifier ses besoins

La démarche peut être limitée en interne et dédiée à la formation continue ou tournée vers l'extérieur pour recruter ou partager une expertise et développer sa marque employeur.

Budgétiser

Si certains Mooc n'ont coûté que 2000 €, on évalue plutôt le prix d'un cours en ligne de qualité entre 30 000 et 50 000 €. Ce prix comprend notamment le coût de la production audiovisuelle des leçons et le suivi en ligne d'un enseignant.

Savoir à qui s'adresser

On peut tout à fait concevoir un Mooc en interne, et plus à l'économie, avec un développeur, un formateur et une caméra vidéo de qualité. Cependant des start-up, comme Unow (la première sur le marché) proposent une assistance technique.

Évaluer le coût

A ce jour, aucun Mooc n'est rentable. Ces cours rapportent en termes d'image et peuvent remplacer une partie du budget formation. Mais certaines sociétés songent déjà à facturer les certifications accordées en externe en fin de formation.

Ludovic GUILCHER,
DRH adjoint d'Orange



(DR.)

« Nous avons lancé en novembre deux Mooc qui ont généré plus de 20 000 inscrits. Le premier, « Le métier de web conseiller », était une vraie introduction à l'un de nos métiers phares. Le second, « Décoder le code », présentait des connaissances qu'il est bon d'avoir dans le monde digital. Ces deux formations ont été ouvertes en interne et en externe. Pour ces sessions, le principal enjeu était surtout pour nous de tester de nouvelles modalités de formation afin d'identifier comment intégrer les Mooc dans nos futurs programmes. C'est passionnant et on envisage d'en lancer d'autres à destination de nos employés seulement. Un dispositif digital ne peut pas remplacer à 100 % une formation traditionnelle mais il peut y contribuer. De même, nos Mooc pourraient servir à repérer ou former nos futurs salariés. Nous avons choisi le métier de webconseiller parce que ce profil est très demandé, chez nous et ailleurs, sur le marché. C'est notre façon de contribuer à l'emploi dans le pays. Avoir suivi un de nos Mooc et l'inscrire sur son CV constitue certainement une plus-value pour être recruté. Y compris chez nous. »

Cindy GODET,
inscrite au Mooc sur « Le métier de web conseiller »

« C'est la première fois que je suis un Mooc et j'ai découvert celui sur le métier de webconseiller d'Orange en cherchant des pistes de reconversion après un congé parental. Le principe est formidable. Il alimente la formation continue et permet même parfois, comme dans mon cas, de s'initier à un nouveau métier. Concrètement, cela se déroule sur quelques semaines avec des vidéos. Mais il faut surtout approfondir le cours à travers des travaux personnels et des défis que l'on réalise en ligne avec d'autres inscrits. On peut nous proposer une mise en situation et nous demander d'expliquer comment un webconseiller devrait répondre dans certains cas par exemple. Pour cela, il faut quand même se dégager un peu de temps, au moins une heure par jour. Mais au final, c'est une très bonne introduction au métier car on apprend les qualités nécessaires, ce qui permet de savoir si on fait ou pas pour ce métier. Pour moi, cela a bien marché et je me vois déjà bien me reconvertir comme webconseiller. C'est une vraie opportunité de mobilité et une chance professionnelle car cette formation, même derrière un ordinateur, permet de nouer beaucoup de contacts si on la suit sérieusement. »

« L'indispensable pour créer son entreprise »

Qui n'a jamais rêvé de devenir son propre patron ? Si chaque année en France, plus de 500 000 personnes sautent le pas, « la création d'entreprise n'est pas toujours couronnée de succès ». Avec « L'indispensable pour créer son entreprise », Cédric Chevauché propose « ses conseils et sa vision personnelle de chef d'entreprise pour devenir votre propre patron dans les meilleures conditions ». Dans cet ouvrage, l'auteur, fondateur du site <http://www.choisir-sa-franchise.com> et conseil en création d'entreprise, veut expliquer « les différentes étapes de la création d'entreprises, de la naissance du projet, à l'analyse du secteur d'activité en passant par la conception du business plan au choix du statut juridique ». « Pratique et pédagogique, cet ouvrage se veut incontournable pour chaque futur entrepreneur. »

Éditions du PuitsFleuri
210 pages,
19 €.



Le Parisien ÉCONOMIE

« Le Parisien libéré »
25, avenue Michelet
93408 Saint-Ouen Cedex
Tél. 01.40.10.30.30
Société par actions simplifiée
Commission paritaire n° 0120C85979
Président : Intra-Press
représentée par Jean HORNAIN
Principal associé : Intra-Press
Jean HORNAIN,
Directeur de la publication
Eric HERTELOUP,
DGA et éditeur
Thierry BORSIA, Directeur
des rédactions du « Parisien »
et « Aujourd'hui en France »

REDACTION

Responsable de la rédaction :
Bénédicte Alaniou
balaniou@leparisien.fr
Editing et réalisation : Marianne Blériot
mblériot@leparisien.fr
Rédaction : Agence Accroche-Press,
Chloé Coursaget, Charlotte Robinet

PUBLICITÉ/AMAURY MEDIAS

Directeurs généraux adjoints :
Anne Browaays, 01.41.04.97.61
Philippe Fromantin, 01.40.10.53.02

PUBLICITÉ COMMERCIALE

Directeur commercial :
Roland Aouizerate, 01.41.04.97.78
raouizerate@amaurymedias.fr

ANNONCES EMPLOI

Directeur de la publicité :
Muriel Petit, 01.40.10.53.22
mpetit@amaurymedias.fr

IMPRESSION

Sicavac Saint-Ouen (93400)
ABONNEMENT
Le Parisien : 0.811.875.656
(coût d'un appel local)