



Les entreprises et la formation (Bruxelles Formation)

Synerjob est la fédération des services publics de l'emploi et de la formation
Synerjob is de federatie van de publieke bemiddelings- en opleidingsdiensten
Synerjob ist der Verband der öffentlichen Dienste für Beschäftigung und Ausbildung



Les entreprises et la formation

Longtemps, la formation linguistique professionnelle en entreprises est restée sur le banc des accusés.

Etaient mis en accusation son manque d'aptitude à produire de la qualification et son rendement particulièrement faible.

Le scénario est d'ailleurs connu : une entreprise a besoin de former certains de ses membres pour les rendre linguistiquement efficaces sur le marché. Elle a recours à un organisme qui dispense des cours et elle ira même parfois jusqu'à se doter en interne d'un centre de ressources sophistiqué. Or, que constatons-nous ?

Le but linguistique ne sera pas -ou pas toujours- atteint en raison de la faible fréquentation des participants aux cours et de l'inadéquation des thèmes de formation aux impératifs économiques de l'entreprise.

Pourtant, les participants présents exprimeront leur satisfaction à chaque fin de module et seront prêts à assurer que la formation s'est bien déroulée...

D'où inadéquation entre les moyens employés et les résultats concrets obtenus.

Pourquoi ce dégât ?

La formation linguistique en entreprise a souffert longtemps de ce que ses problèmes étaient appréhendés partiellement et non pas globalement. Ainsi, par exemple, on palliait le problème de l'absentéisme en changeant les heures de formation. Progressivement, les principaux intervenants tant dans le domaine de l'entreprise que dans celui de la formation se sont rendus compte de la nécessité de traiter le problème dans son entièreté.

La première constatation qui en ressortit fut que transposer le modèle scolaire classique aux besoins de l'entreprise menait à un échec.

Ce modèle « scolaire » est en effet caractérisé par un pouvoir décisionnel laissé très largement aux bons soins des responsables de formation. Le formateur choisit le programme, parfois en consultation avec les stagiaires, mais décide seul du contenu des cours. Quant aux stagiaires, ils exécutent simplement les tâches qui leur sont confiées, passivement. Il ne maîtrisent ni en amont ni en aval le cours de leur apprentissage.

La coopération dans la définition des objectifs est cependant incontournable pour motiver l'apprenant dès le début. Le rôle de chacun des intervenants dans le processus d'apprentissage est ici primordial : la direction de l'entreprise doit d'abord définir très clairement ce qui est attendu de la formation pour permettre que celle-ci soit la plus efficace possible.

Si le modèle scolaire s'avère peu rentable dans ce cadre-ci, c'est parce qu'il réduit la formation linguistique professionnelle en entreprise à un simple apprentissage de la langue de tous les jours. Il ne développe ni la communication en situation de travail ni l'autonomie ou l'initiative de l'apprenant. Le monde du travail est fait de changements, il est perpétuellement en évolution et l'entreprise a besoin de personnes qui peuvent suivre ce mouvement.

Des formations sur mesure

Plus récemment, une nette amélioration s'est dessinée quant à l'adéquation des cours de langues en entreprises avec les besoins réels de celles-ci.

Aujourd’hui, les entreprises veulent très rapidement obtenir un retour sur leur investissement en formation. Le temps de la formation en langue considérée comme une gratification ou une récompense au personnel méritant semble bien révolu.

Les besoins exprimés sont généralement plus précis et vont de pair avec un projet professionnel clairement défini. Très souvent, il s’agit d’adapter le niveau linguistique du personnel concerné aux nécessités du travail hors-frontières, vu les échanges internationaux de plus en plus fréquents. Ce personnel concerné est choisi soigneusement, il s’agit dans la plupart des cas de responsables commerciaux ou financiers, amenés à avoir des contacts avec l’extérieur.

Citons l’exemple d’une filiale française d’un important groupe commercial anglo-américain dont les salariés se doivent de connaître l’anglais pour collaborer avec la maison-mère située à Londres. Cette filiale consacre 13% de son budget formation à la formation linguistique uniquement. Elle a également mis sur pied un centre de ressources linguistiques en interne.

Concrètement, les formations y sont organisées de la manière suivante : une formation hebdomadaire de 2 heures pour 6 personnes maximum est prévue pour les niveaux pré-intermédiaires, les niveaux plus élevés pouvant participer à des ateliers de communication centrés sur des situations professionnelles. Des formations accélérées et intensives sont parfois préconisées, en fonction de l’urgence de la situation.

Programmes à la carte

Vu la mondialisation de l’économie, parler une ou plusieurs langues étrangères est devenu un véritable critère de sélection lorsqu’il s’agit de recruter du personnel. C’est une exigence qui concerne tous les postes et toutes les entreprises.

Les centres de formation linguistique et les écoles de langues doivent actuellement répondre à des demandes très ciblées, parfois dans des délais difficiles.

Telle école de langues proposera, par exemple, un programme à la carte mélangeant les cours en présentiel (75%) avec du blended-learning axé sur le multimédia (25%).

Les programmes standards classiques et un peu scolaires, dont nous avons souligné l’aspect obsolète et inefficace en entreprise, sont remplacés par des cours individualisés reposant sur des supports pédagogiques adaptés aux situations professionnelles réelles des stagiaires. Il s’agit ici d’apprendre à tenir une réunion, négocier ou présenter un projet dans la langue.

Autre aspect non négligeable d’une formation de qualité de ce type : la prise en considération de la dimension culturelle dans les échanges internationaux. On ne négocie pas à New York comme à Tokyo, même si la langue véhiculaire sera probablement l’anglais dans les deux cas. Il est important aussi de se sentir bien intégré à un environnement nouveau lorsqu’il s’agit de stages ou d’un emploi plus permanent dans l’une des succursales de sa compagnie située à l’étranger.

Enfin, dernier arrivé dans le domaine de la formation linguistique en entreprise, la formation en ligne ou « e-learning ».

Les contraintes horaires dans le monde du travail étant ce qu’elles sont actuellement, l’apprentissage électronique d’une langue, avec ou sans tutorat, est certainement devenu incontournable.

Il offre des facilités et une souplesse parfois absentes de la formation en présentiel, c’est pourquoi la demande en ce domaine va sans cesse croissant.

Quel que soit le support d'un cours de langue, n'oublions pas toutefois que c'est son efficacité seule qui sera déterminante dans le choix de l'entreprise. Et son efficacité dépendra toujours, d'abord et avant tout, de la bonne adéquation des objectifs et des moyens pour y parvenir.

Les 9 recettes de succès en formation

L'organisme de formation :

1. Clarifier la demande de formation en précisant les améliorations que la formation est supposée apporter.
2. Bien connaître et maîtriser les processus d'apprentissage en entreprise.
3. Ne pas se contenter d'une vague évaluation de la satisfaction personnelle des stagiaires, mais évaluer à partir d'indicateurs quantitatifs fiables.

Le formateur :

4. Bien saisir dans leur globalité les objectifs spécifiques de l'apprenant et de là mettre en place une organisation pédagogique efficace et qualifiante.
5. S'assurer que l'apprenant utilise bien les outils d'apprentissage mis à sa disposition.

Le stagiaire :

6. Considérer sa formation comme une priorité.
7. S'adapter à l'apprentissage en toute connaissance de ses implications professionnelles.
8. Déterminer un projet de formation personnalisé, avec ses priorités et ses étapes.
9. S'assurer du temps afin d'intégrer et de mettre en œuvre de nouvelles compétences linguistiques.

Contact:



Roberte Van Ranst : r.vanranst@bruxellesformation.be

André Baise : a.baise@bruxellesformation.be