

## LE CLIENT

Matthias RAPP est Chef de Projet en charge de l'Ingénierie Pédagogique à la DSI de TRUFFAUT, filiale du groupe CORA spécialisée notamment dans la distribution de produits végétaux, d'agencements et de mobiliers de jardin, et d'animalerie, à travers 50 jardinerie d'une surface de 2'000 à 13'000 m2.

## BUSINESS ENVIRONMENT

L'effectif de TRUFFAUT connaît des variations saisonnières importantes ; les 2'000 personnes qui y travaillent en permanence peuvent être rejointes par 1'000 contrats saisonniers en particulier au printemps, saison de forte activité des jardinerie.

La formation des vendeurs, chefs de rayon et chefs de groupe est placée sous l'égide de l'Institut de Formation et de Développement Humain interne à l'entreprise ; les formations se déroulant principalement dans le cadre de stages au siège ou dans les magasins.

Ces formations sont principalement au service du métier et de la connaissance des produits qui permettra aux vendeurs de jouer pleinement leur rôle de conseil auprès des clients.

En charge de l'ensemble du plan de formation, l'Institut de formation interne propose et gère aussi les formations des autres fonctions du groupe.

## CHALLENGE

### Problématique Formation/Compétences

L'Institut de formation interne est confronté au défi d'un catalogue de produits nombreux et variés, et qui évolue sans cesse. Les Jardinerie TRUFFAUT proposent en effet aussi bien des plantes ou des fleurs coupées que des barbecues et des objets de décoration, ou encore des aquariums, des oiseaux, des animaux de compagnie...

L'entreprise étant réputée pour la qualité de ses conseils aux clients, les vendeurs doivent être formés aux produits qu'ils sont chargés de vendre.

Et les vendeurs saisonniers, qui ne sont pas seulement là « pour aider » doivent être tout aussi capables de délivrer le même niveau de service. Ce point est d'importance : les jardinerie TRUFFAUT étant ouvertes 7j/7, un client doit pouvoir obtenir une réponse adaptée même aux heures creuses...

La seule formation présentielle peinait de plus en plus à couvrir des besoins en forte croissance et à s'assurer que les connaissances visées avaient été acquises par un grand nombre de personnes.

« C'est dans ce contexte, précise Matthias RAPP, que nous avons été amenés, dans le courant de l'été 2008, à réfléchir à la mise en œuvre du eLearning chez TRUFFAUT, avec la volonté d'optimiser l'utilisation des budgets formation en transformant une partie des coûts de déplacement ou de séjour en investissements pédagogiques. »

La mise en œuvre du eLearning devait aussi prendre en compte l'organisation des magasins TRUFFAUT. En particulier, seul le personnel administratif et les managers disposent d'un ordinateur à leur poste de travail.

## SOLUTION

### Une démarche globale : « canalT »

Il s'agissait d'abord de donner une identité au projet eLearning. Selon Matthias RAPP : « Le eLearning étant en quelque sorte un nouveau canal de diffusion de contenus pédagogiques chez TRUFFAUT, nous avons lancé la démarche « canalT », largement reprise dans notre communication interne – ce qui a permis à l'ensemble des acteurs concernés d'identifier le eLearning sans le nommer. »

**Une solution technique originale : la « Formabox »**  
Côté matériel, le premier obstacle à surmonter était celui des postes eLearning en self-service.

L'entreprise a su tirer les leçons d'un échec intervenu des années plus tôt, alors que les formations étaient délivrées en self-service sur des postes normalement dédiés au personnel administratif ou aux managers.

« Nous avons opté pour des postes exclusivement dédiés à la formation, indique Matthias RAPP, à raison d'un poste par magasin, voire de deux pour les magasins ayant les plus gros effectifs, un espace avec 3 Formabox ayant même été aménagé au Siège TRUFFAUT. »

Ces postes, dont l'interface Windows a été verrouillée et équipée d'un navigateur sécurisé, se présentent sous forme de bornes tactiles assises sur table équipées d'un casque insonorisé.

#### **Des parcours de formation développés sous MOS Solo...**

Les contenus eLearning sont développés en interne à l'aide de MOS Solo par une personne dédiée, qui collabore avec les experts produits...

Ces contenus peuvent être délivrés « au fil de l'eau », en fonction des besoins de formation sur les barbecues, aquariums, tondeuses, alimentation... l'ensemble des produits distribués par l'entreprise. Un parcours d'intégration a été créé, contenant trois modules eLearning d'une durée totale d'une heure. « Ces modules ont remplacé la traditionnelle formule PowerPoint un peu usée et coûteuse en temps ! ».

La qualité de ces modules eLearning a aussi été grandement améliorée par la mobilisation d'une banque de plusieurs centaines de « vidéos conseil » accessibles gratuitement aux Internauts depuis le site [www.truffaut.com](http://www.truffaut.com). Certaines de ces vidéos, traitant par exemple de la protection des plantes par « paillage », sont directement intégrées dans les parcours de formation.

« Nous disposons actuellement de plusieurs dizaines de modules, ou encore de parcours pour reprendre la terminologie de MOS Chorus. »

#### **MOS Chorus, LMS sélectionné sur appel d'offre...**

Le choix de MOS Chorus s'est imposé après un appel d'offre qui a permis de mettre en évidence la solution de l'éditeur suisse : « la solution couvre parfaitement nos besoins actuels qui sont loin d'en mobiliser toutes les fonctionnalités... La largeur du périmètre fonctionnel de MOS Chorus et les capacités d'innovation de l'éditeur MOS nous ont convaincus que c'était le bon partenaire dans la durée. »

Les fonctionnalités de suivi des parcours de formation sont un autre point fort de MOS Chorus...

« Utile pour ne pas dire indispensable, confirme Matthias RAPP, pour faire des relances au bon moment, par exemple pour rappeler aux vendeurs qu'ils doivent se former sur les piscines ou les systèmes d'arrosage du catalogue TRUFFAUT avant que la saison chaude arrive ! ».

#### **Le choix de l'hébergement**

Par ailleurs, malgré l'existence de toutes les compétences informatiques en interne, TRUFFAUT a choisi de confier l'hébergement de la plateforme à MOS, notamment pour gagner en rapidité de mise en œuvre, l'administration fonctionnelle étant quant à elle assurée en interne au sein de l'Institut de Formation du groupe.

#### **BILAN**

Les résultats sont là, confirme Matthias RAPP : « 3'000 collaborateurs se sont formés à partir des Formabox, certains sur un seul module, d'autres sur des dizaines... représentant environ 72'000 actions de formation. »

Qui plus est, les managers se sont largement pris au jeu « en se formant eux-mêmes... et en relançant leurs collaborateurs ».

La solution proposée par MOS a parfaitement répondu aux attentes : « La plateforme, que nous avons déployée progressivement, est puissante et complète, et l'on peut se féliciter qu'elle ait été développée par des pédagogues pour des pédagogues... En tant qu'informaticien je suis séduit par ce que j'appellerai la propreté de ce

progiciel, qui a visiblement été développé par des équipes férues de travail bien fait. »

MOS Solo, qui est le clone gratuit du générateur inclus dans MOS Chorus, est utilisé de façon intensive par les auteurs maison.

### LES BONNES PRATIQUES

L'ensemble du projet a permis l'émergence de bonnes pratiques :

L'existence d'un sponsor, au plus haut niveau de l'entreprise, est essentielle à la réussite d'un projet eLearning de cette nature : « L'implication du Comité de direction, du PDG notamment et du Directeur d'Exploitation, a été et reste déterminante. Par ailleurs, l'étroite collaboration entre DSI et Institut de formation s'est révélée précieuse. ».

Le choix d'une borne tactile « hermétique » spécialement conçue, et proposée en libre service dans les magasins s'est révélé judicieux, même s'il a fallu la compléter plus tard par une souris ; cette borne a clairement été identifiée, grâce à son nom, l'identité visuelle qui lui a été donnée, grâce aussi à

sa simplicité d'utilisation, comme la plateforme de formation au service des personnels.

Pour accélérer le chargement de contenus multimédia lourds (comme les vidéos conseil), il a été décidé de les installer sur le serveur de réseau local de chaque magasin, auquel la Formabox est connectée, le module central restant diffusé depuis la plateforme hébergée chez MOS.

L'hébergement de la plateforme chez MOS a permis aux équipes internes de TRUFFAUT de se concentrer sur les aspects pédagogiques, contenus et conduite du changement, tout en s'assurant d'un haut niveau de paramétrage et de disponibilité de MOS Chorus.

La communication interne autour de « CanalT » et l'implication des managers sont des facteurs clés lors du déploiement du projet ; le journal interne du groupe TRUFFAUT a été largement mis à contribution, les managers ont été sensibilisés, par exemple à travers la mise à disposition d'un bouquet de contenus managériaux sur étagère (l'offre Demos « In Vivo ») sur un portail manager spécifique, pour se familiariser avec les concepts du eLearning.

### PERSPECTIVES

TRUFFAUT n'a pas l'intention de s'arrêter en si bon chemin. Les prochaines étapes à l'étude sont celles d'un système de tutorat plus serré, supporté en particulier par des outils de type Forum ou FAQ que la plateforme MOS Chorus permet de mettre en œuvre.

La formation mixte – « blended learning » - devrait aussi faire son apparition rapidement à l'Institut de Formation et de Développement Humain du groupe TRUFFAUT, au moins à travers le suivi de modules eLearning préalables à l'entrée dans un stage de formation présentielle. Objectif visé : un quart de l'action de formation, en moyenne, devrait passer par CanalT.

L'ouverture d'un chantier transversal de reporting est prévue : il s'agit de faire remonter les données suivies par le eLearning dans les tableaux de bord globaux de l'entreprise, comme faisant partie des indicateurs de performance de TRUFFAUT.

A plus long terme, les classes virtuelles pourraient faire leur apparition : « Webex étant interfacé avec MOS Chorus, la technologie est là... Il restera à nous assurer des capacités de notre infrastructure de réseau et des postes clients... »