

Cas client

agap2

agap2

Le marketing de l'offre de formation



Secteur

Conseil



Offre

Edflex
Premium



Enjeu

Formation
digitale

à propos du **contexte**

agap2 est un groupe européen d'ingénierie et de conseil opérationnel spécialisé dans l'industrie. Leurs équipes opérationnelles se composent principalement de profils ingénieurs ou experts techniques.

La direction formation a contacté Edflex afin d'**enrichir ses dispositifs de formation**, notamment via une offre digitale, à la demande des collaborateurs.

Ainsi, plus de 700 personnes se sont connectées et se sont formées via le catalogue personnalisé Edflex depuis son lancement fin Janvier 2020.

Les thématiques de formation qui ont été ciblées pour les apprenants sont le **développement personnel, le management** mais aussi des thématiques plus spécifiques à l'expertise du groupe agap2 avec **l'ingénierie, l'IT et les logiciels**.

quels sont les **objectifs**

agap2 a fait appel à Edflex pour les accompagner dans la **construction d'une offre de formation digitale** au sein de la structure en France.

L'objectif étant que les collaborateurs aient **accès à des formations à tout moment et partout** afin de répondre à la problématique de mobilité des consultants.

Pour les accompagner dans leurs missions chez leurs clients, agap2 cherchait également des **contenus d'actualité et synthétiques** à mettre à disposition.

L'offre personnalisée Edflex a permis à l'équipe formation chez agap2, d'être accompagnée dans le déploiement de leur première solution de formation digitale en s'appuyant sur l'expertise de nos équipes de Customer Success Manager et Learning Curators (nos experts pédagogiques) pour la mise en place du catalogue et la recherche des contenus de formation.

focus sur le lancement

En parallèle de la construction du catalogue, les équipes chez Edflex et agap2 ont pensé et travaillé sur le lancement de la nouvelle modalité d'apprentissage, dans le but de :

- susciter de l'intérêt chez les consultants dès les premiers moments,
- engager les apprenants et les impliquer dans le projet.

En suivant 4 éléments clés du marketing de la formation, voici ce qui a été réalisé :

- **Adopter le bon ton** dans les communications : agap2 a souhaité s'appuyer sur l'expertise d'Edflex et adopter un ton pédagogue en apportant des informations simples sur la solution.
- **Établir un plan de communication**

adapté dans lequel il a fallu établir des objectifs (nombre de connexions le 1er mois...), identifier les cibles, etc.

- **Trouver les bons outils** pour faire connaître l'offre : infographies, vidéos... réalisées par Edflex.
- **Trouver les bons canaux de diffusion** : en collaboration avec Edflex, agap2 a rassemblé les consultants au cours d'une **soirée de lancement** dans toutes leurs agences françaises. Avec l'intervention des responsables et directeurs agap2 mais aussi des équipes Edflex, les consultants ont directement été impliqués dans le projet stratégique. En complément, une campagne de communication par mail et dans leur journal interne a été lancée.



Aurélie CHARMAT
Responsable Formation France
chez agap2

"Nous avons choisi d'organiser une soirée de lancement dans toutes nos agences de France en même temps. C'était un évènement simple et convivial qui a permis de fédérer les salariés autour de la thématique formation et de leur faire découvrir directement la richesse de la plateforme et la simplicité d'utilisation. Ils ont ensuite souhaité naturellement en découvrir davantage et 20% des salariés se sont connectés la semaine qui a suivi le lancement !"

mise en place d'une **stratégie**

Le catalogue dédié agap2 a été déployé **en moins de 2 mois** auprès des apprenants afin de les accompagner dès Janvier 2020. En parallèle de la construction du catalogue par nos Learning Curators, un plan de communication a été proposé par Edflex pour annoncer le lancement de la solution. Ainsi, plusieurs axes stratégiques ont été ciblés pour ce lancement avec : un événement en présentiel sur 2 villes en simultané, une communication digitale mais aussi papier via une publication dans leur journal interne.

agap2 a donc **capitalisé sur sa communication** pour acculturer les collaborateurs à leur nouvelle solution de formation, directement accessible depuis leur intranet.

analyse des **résultats**

Les premiers résultats ont été très positifs : **dès le 1er jour, l'objectif d'inscription établi pour le premier mois a été atteint à 70%**. Outre la réponse à un réel besoin exprimé par les collaborateurs, ce résultat s'explique également par la communication globale lors du lancement.

Dans les différents avis laissés par les apprenants, plusieurs points sont ressortis :

- la pertinence des ressources par rapport aux **besoins métiers et soft skills**,
- la mise à jour mensuelle avec 12 **ressources innovantes et d'actualité**.

À titre d'exemple, pendant le confinement l'équipe formation a décidé d'être accompagnée par Edflex sur la mise à disposition d'un parcours et de ressources vidéos, articles, podcasts sur le télétravail.

5000

Ressources consultées
sur 3 mois

70%

De l'objectif d'inscription du 1er
mois réalisé le 1er jour

+2H

De formation par apprenant sur
les 3 premiers mois