

 	<p align="center"><b>Communiqué de presse</b> <b>04/02/2015</b></p> <p align="center">Contact : <b>Thibault Lhuillier</b> <b>Directeur Communication</b> <b>Groupe Acticall</b> <b>07 88 63 92 92</b></p>	<p align="center"><b>Learning CRM</b></p> <p align="center"><b>Groupe Acticall</b></p> <p align="center">50-52 boulevard Haussmann 75009 Paris</p>
--	---	--

STRATEGIE - FORMATION RELATION CLIENT  
**Les 10 tendances 2015 de la Formation**

*Par Philippe Riveron, Président de Learning CRM, organisme de Formation en Relation Client et Management, et Vice-Président de l'AFRC.*

**En 2015, la Formation sera ...**

**1 – Plus digitale**

Le digital en formation est apparu il y a 10 ans avec l'arrivée de l'e-learning et n'a cessé d'évoluer. Depuis plusieurs mois la révolution des « MOOC » est en marche permettant la mise en relation des apprenants et des formateurs autour d'une plateforme collaborative.

**2 – Plus mobile**

Si l'on considère la hausse du taux d'équipement en tablettes des magasins et des vendeurs, il s'agit d'autant de terminaux disponibles pour des nouveaux formats d'apprentissage.

**3 – Plus gratuite**

Il n'y a jamais eu autant de contenus gratuits disponibles sur le web (MOOC, vidéos, tutoriels, blog,...). De la matière gratuite dont il faut user et abuser pour les intégrer dans des parcours de formation mais attention à bien les identifier et les valider pour les référencer dans un catalogue.

**4 – Plus stratégie**

Développer une stratégie d'engagement ou comment motiver les apprenants à démarrer leurs formations, à aller jusqu'au bout et à assimiler correctement le contenu !

**5 – Plus blended**

Une tendance qui durera encore plusieurs années. L'enjeu réside dans la capacité des ingénieurs pédagogiques à mixer les différentes modalités en diversifiant les canaux d'apprentissage.

**6 – Plus royale (R.O.I)**

La méthode de calcul idéale du retour sur investissement ? Utiliser les indicateurs d'activité et objectiver les formateurs et concepteurs sur leur évolution.

Les formations digitalisées permettent d'obtenir un grand nombre de données qualitatives et quantitatives, l'enjeu sera de les traiter pour mieux analyser l'efficacité des formations.

**7 – Plus d'émotion**

Au sein de Learning CRM nous parlons de « Learning experience », nous étudions le parcours de l'apprenant afin de réduire les efforts et développer la facilité d'apprentissage dans un parcours blended.

## 8 - Plus globale

« Think global, act local », c'est une formule très adaptée à la formation. La tendance est aux formations communes internationales mais avec un mode de dispense adapté au pays. L'adaptation à la culture du pays, aux modes d'apprentissage mais aussi aux technologies disponibles.

## 9 – Plus certifiante

La certification est un outil de valorisation des parcours de formation.

La réforme de la formation professionnelle pousse les entreprises à monter des dispositifs certifiants, formidable opportunité pour engager les collaborateurs dans leur professionnalisation.

## 10 – Plus fun

Parce que la formation doit rester un moment de plaisir !

Que ce soit en présentiel ou en distanciel, les apprenants doivent retrouver un vrai plaisir en se formant. Nous sommes rentrés dans l'ère du divertissement, les ressorts de la gamification mais aussi les jeux pédagogiques doivent permettre cette parenthèse immersive qu'offre la formation.

**Retrouvez les 10 tendances [en vidéo](#) !**

### ***A propos de Learning CRM***

*Créé en 2004 par Philippe Riveron, Learning CRM, filiale du Groupe Acticall, est spécialisée dans le conseil et la formation en relation client et management. Elle propose des méthodes pédagogiques innovantes (présentiel, coaching, séminaires, e-learning, serious game, MOOC...) adaptées aux besoins de l'entreprise et des collaborateurs. Avec des clients dans tous les secteurs d'activité (banques, télécoms, tourisme, services, ...) et plusieurs milliers de stagiaires formés par an, Learning CRM est un des leaders de la formation à ces métiers en relation client, management et fonctions support. Learning CRM a obtenu la norme OPQF, gage de la qualité des prestations.*

*Pour plus d'information sur Learning CRM, rendez-vous sur le site internet : [www.learning-crm.com](http://www.learning-crm.com)*

*Fil Twitter : @learningcrm*

### ***A propos du Groupe Acticall***

*Le Groupe Acticall est un Groupe de Services intégrés à valeur ajoutée permettant de couvrir l'ensemble des périmètres de la Relation Client au travers de ses 5 filiales : Conseil en Relation Client (Extens Consulting), Formation en Relation Client (Learning CRM), Centres de Contacts (Acticall), Digital-CRM (The Social Client) et Services Technologiques et Solutions Intelligentes en Relation Client (Novagile). Avec 173 M€ de chiffre d'affaires en 2013, le Groupe Acticall est le 4<sup>e</sup> outsourceur français et compte près de 7 000 salariés répartis sur 17 sites, dont 13 en France, 2 au Maroc, 1 en Côte d'Ivoire et 1 au Brésil. Depuis 2009, CREADEV détient 45% du capital du Groupe Acticall ; le restant du capital étant détenu par les dirigeants fondateurs du Groupe. Acticall propose à ses clients grands comptes, privés ou publics (American Express, BNP Paribas, Bouygues Telecom, Canal+, EDF, GDF SUEZ, Ministère de la Santé, Orange, SFR, Toyota...) des solutions d'externalisation de leurs plateformes de Relation Client multicanal (appels, e-mails, courriers, chat, web...) en flux entrants et sortants. Structuré autour de solutions innovantes, industrielles et qualitatives, le positionnement du Groupe repose sur 3 axes : une forte expertise métier avec une logique « clients premium », un accompagnement technologique en amont et en aval des projets ainsi qu'un positionnement social et qualitatif fort. Acticall est, depuis 2005, doublement certifié NF Service - 345 - Centre de Relation Client (norme européenne NF EN 15 838) et Label de Responsabilité Sociale, et depuis 2012, signataire du Pacte Mondial des Nations Unies.*

*Pour plus d'information sur le Groupe Acticall, rendez-vous sur le site Internet : [www.groupe-acticall.com](http://www.groupe-acticall.com)*