

# Étude de cas - CSP Formation



## Présentation du client

CSP Formation est le **troisième organisme de formation en France** avec 3 000 sessions de formation par année et 50 000 participants. 540 formations en 2010 sur 25 thèmes sont proposées, sur de nombreux domaines comme le management, le développement personnel, la communication, la relation client, la gestion des compétences, les ressources humaines, le management de projet, l'environnement, la sécurité, le développement durable, la finance/gestion, etc.

CSP Formation appartient au Groupe d'Édition Lefebvre Sarrut (ELS), premier groupe d'édition juridique en France, et à son pôle Formation avec Francis Lefebvre Formation, Dalloz Formation et Elégia.

## Besoin du client

CSP Formation a confié à Formaeva l'administration de **la totalité de ses évaluations de formation** inter- et intra-entreprises. Ces évaluations sont réalisées majoritairement via Internet mais également sur support papier ensuite ressaisi.

# Objectifs et enjeux

L'objectif, pour CSP Formation, est triple :

- Externaliser une tâche essentielle mais fastidieuse auprès d'un partenaire spécialisé afin de rester concentré sur le métier de la formation ;
- Améliorer le contrôle de la qualité des services rendus grâce à un système d'évaluation tiers et performant ;
- Renforcer les liens avec les clients en communiquant les résultats en toute transparence

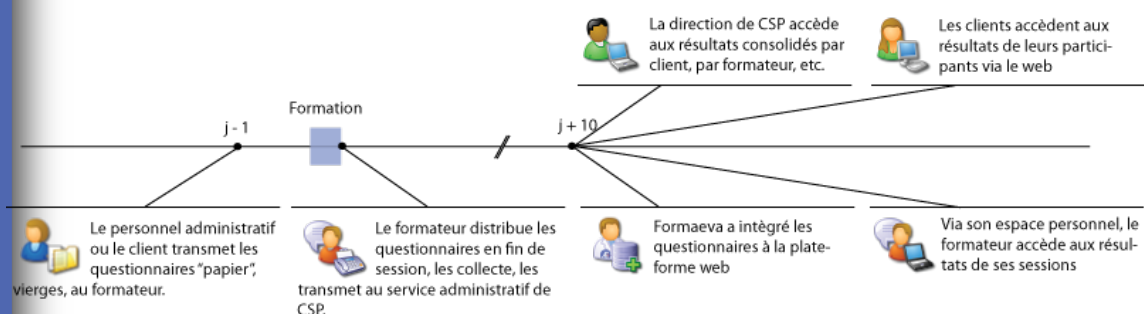
Concrètement, cela se traduit par les exigences suivantes :

- Pour toutes les formations inter-entreprises, évaluations « à chaud » (juste après la formation) et « à froid » (3 mois après)
- Pour les formations intra-entreprise, évaluations « à chaud » systématiques et « à froid » à la demande
- Objectif de 80 % de taux de retour « à chaud » (minimum 70 %)
- Synthèses mensuelles, trimestrielles, semestrielles, annuelles par formateur, thème de formation, formation, région, client
- Accès personnalisés pour les clients de CSP (participants et commanditaires)
- Envois automatisés par courriel des alertes sur insatisfaction et clôture d'évaluation

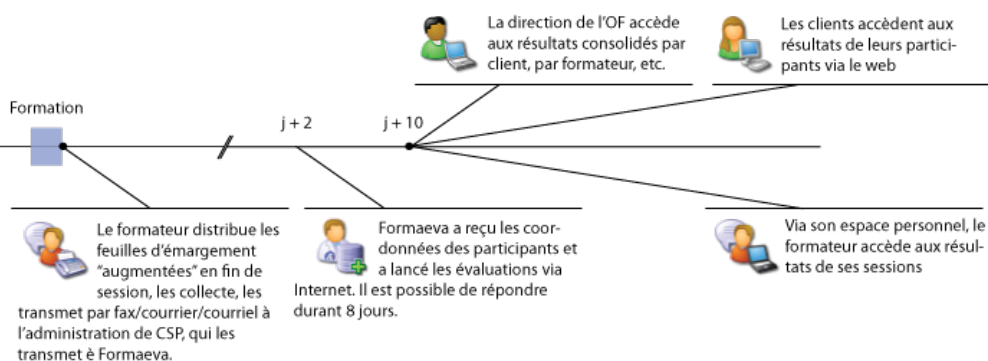
# Méthodologie employée

Deux méthodes sont employées pour les évaluations à chaud, selon que les questionnaires sont au format « papier » ou que l'évaluation se fasse directement en ligne.

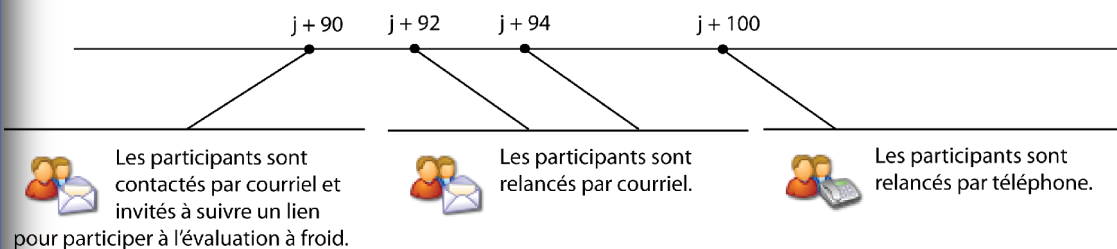
## Format « papier »



## Format web



Pour les évaluations à froid, deux relances par courriel sont effectuées puis une relance téléphonique est réalisée (3 tentatives d'appel à des moments différents du jour et de la semaine).



## Résultats

- Intégration de plus de 80 questionnaires d'évaluation d'entreprises clientes différentes avec possibilité de faire des synthèses *trans-entreprises*.
- Plus de 15 000 questionnaires traités sur 8 mois avec montée en charge progressive
- Accès des clients de CSP (Areva, EDF, GDF Suez, Total, CAF, Alstom, etc.) à la plateforme pour accéder à leurs résultats
- Entretiens d'évaluation annuels des formateurs CSP faites à partir des résultats Formaeva

## Difficultés rencontrées

- Diversité des environnements informatiques : environnement CSP, environnement des clients de CSP figurant parmi les plus grandes entreprises de France pour les formations intra-entreprise  
→ *batteries de tests multi-environnements*
- Montée en charge lourde pour le serveur  
→ *serveur haute performance avec base de données optimisée*
- Clients ayant déjà leur système d'évaluation interne et CSP souhaitant tout de même les intégrer pour statistiques internes  
→ intégration dans Formaeva des questionnaires clients et/ou synthèses d'évaluation déjà créées

## Clés de succès

- Réactivité
- Souplesse
- Confiance
- Communication
- Humilité