Analyse des besoins : questions à se poser

Nom ou référence du projet :

Nom du client :

**Prérequis du projet**

1. Qui sont les parties prenantes du projet ?
2. Qui sont les porteurs de projet et les experts métier ?
3. Quels sont les rôles de chacun ?
4. Qui est responsable de quoi ?
5. Quelle est la meilleure méthode pour communiquer avec chacun ?
6. À quelle fréquence devrions-nous communiquer avec chacun ?
7. Ce projet nécessitera-t-il une approbation légale ou réglementaire avant le lancement ?
8. Quelle est la date prévue pour le lancement ?
9. Quelle est la visibilité de ce projet au sein de l'organisation (par exemple, à l'échelle de l'entreprise, à l’échelle d’un secteur précis, pour les nouveaux employés, etc.) ?
10. Quel est l’objectif de ce projet ?
11. Comment allons-nous définir le succès du projet ?
12. Quelles stratégies et quels outils de mesure pouvons-nous utiliser pour évaluer l'efficacité du module de formation ?
13. Comment le module de formation bénéficiera-t-il à l'organisation ?
14. Quel serait l'impact sur l'organisation si le module de formation n'était pas lancé ?
15. Quel est le budget pour ce projet ?
16. Y a-t-il une charte graphique à respecter ?

**Astuces**

* Planifiez à l'avance les cycles de relecture.
* Intégrez le client dans votre processus de conception et de développement.
* Attirez l’attention des parties prenantes sur les étapes où vous leur demanderez de relire le projet et de fournir des retours.

**Les besoins du public**

1. Quel est le public principal de votre formation ?
2. Y a-t-il un public secondaire ?
3. Quel est leur niveau d’études : bac, bac+2, Master ?
4. Quel est leur niveau de connaissance du sujet de la formation : débutant, avancé, ou expert ? Ont-ils été formés sur ce sujet auparavant ? Si oui, comment ont-ils réagi à cette formation ? Quel impact a-t-elle eu sur leur performance ?
5. Votre public est-il varié (en termes d’âge, d’origine ethnique, d’origine culturelle, de sexe) ?
6. Certains de vos apprenants ont-ils des déficiences visuelles, auditives ou physiques ?
7. Comment décririez-vous l'environnement de travail du public (boutique, bureau, usine,...) ?
8. Que fait ce public pendant une journée de travail typique ?
9. À quels défis sont-ils confrontés dans l'exercice de leurs fonctions ? La formation les aidera-t-elle à relever ces défis ?
10. Comment communiquent-ils entre eux ?
11. Comment reçoivent-ils de l'aide ou de l’assistance quand ils sont en train de travailler ?
12. Quel matériel informatique, quels logiciels, quel équipement ou quels outils utilisent-ils au travail ?
13. Ce public est-il motivé ? Qu'est-ce qui les motive et leur fait plaisir ?
14. Quel ton, quelle attitude et quel langage sont les plus efficaces pour se connecter à ce public ?
15. À quel point le public est-il techniquement compétent ?
16. Quel niveau de participation attendez-vous du public ?
17. Qu'est-ce que votre public s'attend à apprendre ?
18. Combien de temps vos apprenants peuvent-ils consacrer à la formation ?

**Astuce**

Mettez votre casquette de consultant. De nombreuses demandes de formation proviennent de la conviction que la formation est le seul moyen de transmettre des informations aux employés. Une meilleure compréhension peut être importante pour atteindre l'objectif, mais en fin de compte, c’est en changeant le comportement des employés que vous aurez une influence sur la performance.

**Comportement du public**

1. Quels sont les comportements actuels du public ?
2. Quels sont les comportements souhaités ?
3. Y a-t-il un écart entre les comportements actuels et souhaités ? Si oui, qu'est-ce qui manque ? Si non, que souhaite-t-on accomplir avec la formation ?
4. Quel comportement souhaitons-nous mesurer ? Comment allons-nous le mesurer ?
5. Dans l'ensemble, quels sont les atouts du public ? Quelles sont leurs opportunités d'amélioration ?
6. Qu'est-ce que le public avait trouvé difficile dans la formation suivie dans le passé ?

**Astuce**

Concentrez-vous sur pourquoi les résultats souhaités ne sont pas atteints. Identifier les lacunes dans les connaissances et les compétences est important, mais il peut y avoir d'autres facteurs affectant la performance d'un public. Comprendre les écarts entre les comportements réels et les comportements attendus vous aidera à formuler vos recommandations de solutions, qui peuvent inclure ou non un module e-learning.

**Contenu**

1. Y a-t-il du matériel déjà existant sur lequel nous pouvons commencer à travailler ? Si oui, sous quelle forme (par exemple : document Word, diapositives PowerPoint, feuille de calcul Excel, documentation technique, module existant, etc.) ?
2. Le contenu existant peut-il être utilisé tel quel ou faudra-t-il y apporter des modifications ?
3. Y a-t-il du contenu manquant à créer ? Si oui, qui sera responsable de la création de ce contenu ?
4. Jusqu’à quel point pouvons-nous transformer ou personnaliser le contenu existant ?
5. Y a-t-il des effets (par exemple, des transitions spéciales, des vidéos inspirées par les bandes dessinées, des vidéos interactives, etc.) que vous aimeriez voir ? Quels sont les effets que vous aimeriez éviter ?

**Astuce**

Incluez le contenu existant dans le planning du projet. Il est utile de savoir sous quelle forme est votre contenu à la base. Mais c'est aussi important de savoir s’il est prêt à l'emploi. Par exemple, un contenu créé pour une formation en présentiel peut ne pas avoir à être réécrit. Alors que d’autres contenus (par exemple, de la documentation technique, des règles ou des procédures) vous prendront plus de temps de réécriture.