

Carrefour Hypermarchés France : le e-learning « à la demande » entre dans le fournil



Aperçu

■ L'enjeu pour Carrefour Hypermarchés France

Transmettre efficacement les savoirs dans le domaine des métiers de bouche pour en améliorer la performance économique.

■ La solution

Installation d'une solution de type e-learning, sous forme de projet pilote, dans les boulangeries/pâtisseries de 17 hypermarchés en France.

■ Les services IBM

Définition du schéma directeur, ingénierie pédagogique, réalisation d'un prototype puis des contenus de formation multimédia.

■ Le bénéfice

La formation devient une démarche naturelle, intégrée à la vie quotidienne des personnels. Les méthodes de fabrication et la qualité des produits atteignent un niveau très homogène, favorable à une hausse des ventes.

Comment obtenir des pains de qualité identique dans un réseau d'hypermarchés quand il est impossible de faire venir tous les boulangers dans un centre de formation ?

Le e-learning est le moyen choisi par Carrefour Hypermarchés France pour former ses professionnels dans les meilleures conditions possibles. Le modèle pédagogique retenu combine l'apprentissage sur borne interactive et l'accompagnement par le responsable du laboratoire qui encadre l'apprenant. L'élaboration du schéma directeur et la réalisation des contenus multimédia ont été confiés à IBM Business Consulting Services.

La phase pilote, en cours dans 17 hypermarchés auprès de 200 employés, est soumise à évaluation jusqu'à fin juin 2004.

Transmettre les savoirs au plus grand nombre

« Nous avons à trouver une solution de transmission du savoir accessible au plus grand nombre face à une problématique bien connue dans la grande distribution : d'un côté, les départs à la retraite des plus expérimentés posent la question de la perte du savoir de l'entreprise et, de l'autre, le « turnover » élevé oblige les managers à former souvent de nouvelles recrues. » Rémy Bichon, responsable du e-learning chez Carrefour, ajoute à ce tableau des profils de recrutement hétérogènes qui vont de l'artisan-boulangier confirmé au jeune sorti de l'école avec un CAP.

« Seul le concept de e-learning permettait d'assurer cette formation métier de façon continue, personnalisée et facilement actualisable. »

Rémy Bichon, responsable du e-learning chez Carrefour

Quelle que soit leur origine, ceux-ci devront apprendre les tours de main propres à Carrefour pour pétrir ou façonner les pains blancs, les boules bio ou les pains aux céréales vendus en magasin. « Seul le concept de e-learning permettait d'assurer cette formation métier de façon continue, personnalisée et facilement actualisable. IBM nous a aidés à formaliser le projet puis à réaliser les contenus. »

La formation est réalisée par l'intermédiaire de bornes interactives dotées d'un écran tactile, installées au sein même des laboratoires de production. Grâce à des parcours de formation individualisés, les employés accèdent « à la demande » aux tâches qu'ils doivent apprendre à maîtriser en priorité pour chaque module de formation. Une pré-évaluation permet de déterminer leur niveau de connaissance initial, la formation devant être poursuivie tant que les savoirs indispensables ne sont pas acquis. « L'environnement de travail a été remarquablement reconstitué par IBM aussi bien sous forme graphique et d'animations que de vidéos », souligne Rémy Bichon. Les apprenants se repèrent facilement et peuvent revenir autant de fois que nécessaire sur une étape clé de la fabrication. Les managers pilotent le processus d'apprentissage, à l'aide du suivi des évaluations.

« La formation en e-learning offre des contenus simples d'accès et faciles à comprendre. Ce sont les points forts de la solution apportée par IBM. »

Rémy Bichon, responsable du e-learning chez Carrefour

Le e-learning : un projet d'entreprise

IBM Business Consulting Services a développé un dispositif e-learning qui associe la pédagogie et la technologie à la problématique « business » de Carrefour :

- élaboration du schéma directeur comprenant l'étude de faisabilité et la performance économique du projet,
- réalisation d'un prototype sur la fabrication de la baguette pour valider la démarche e-learning et construire la méthodologie de production des contenus multimédia,
- conception et développement des modules qui couvrent la boulangerie et la viennoiserie (« storyboard », ergonomie, design).

« Ludique et complète, la formation en e-learning offre 20 heures de contenus simples d'accès et faciles à comprendre, remarque Rémy Bichon. Ce sont les points forts de la solution apportée par IBM. » L'attention particulière portée à la convivialité du système – il suffit d'appuyer sur trois boutons pour accéder au module qui convient – a permis de lever très vite toute appréhension de la part d'une population peu habituée à la manipulation de matériel informatique.

Aujourd'hui, les boulangers/pâtisseries des magasins tests de Carrefour Hypermarchés France ont la possibilité de se former en e-learning dans une optique de « juste assez » et « juste à temps ». La borne fait partie de leur quotidien. Cette première initiative, qui fait du e-learning un vrai projet d'entreprise, influencera très certainement les réflexions du groupe sur la valeur stratégique d'une telle approche dans ses 200 hypermarchés. Une approche qui met les nouvelles technologies au service du développement des compétences et des performances de l'entreprise.



© Copyright IBM Corporation 2004

Compagnie IBM France
Tour Descartes
2, avenue Gambetta
La Défense 5
F-92066 Paris-La Défense Cedex
Tél. : 0810 011 810

ibm.com/services/fr

IBM Belgium
Avenue du Bourget/Bourgetlaan, 42
B-1130 Brussels

ibm.com/services/be

Pour plus d'informations sur le On Demand Business, rendez-vous sur ibm.com/ondemand/fr

IBM, le logo IBM, le logo On Demand Business, sont des marques de International Business Machines Corporation aux Etats-Unis et dans les autres pays.

Les autres noms utilisés pour désigner des sociétés, des produits ou des services sont des marques ayant leur titulaire respectif.

Les références aux produits et services d'IBM n'impliquent pas qu'ils soient distribués dans tous les pays dans lesquels IBM exerce son activité. Toute référence à un produit, un programme ou un service IBM n'implique pas que seuls ces produits, programmes ou services peuvent être utilisés. D'autres produits, programmes ou services présentant des fonctions identiques peuvent être utilisés.

Ce témoignage montre l'utilisation faite par un client d'IBM des technologies/services d'IBM et/ou des Partenaires Commerciaux. De nombreux facteurs ont contribué aux résultats et bénéfices décrits. IBM ne garantit pas des résultats comparables dans tous les cas de figure. Toutes les informations mentionnées ici ont été fournies par le client et/ou par le Partenaire Commercial. IBM ne garantit pas l'exactitude de ces informations.

Crédits photos : Carrefour Hypermarchés France

2^e trimestre 2004

Tous droits réservés.