

kumullus[®]



LA VIDÉO
EST LE
NOUVEAU
LANGAGE,
LE DIGITAL
SA GRAMMAIRE



VIDÉO INTERACTIVE



... OU COMMENT
AUGMENTER LA PERFORMANCE
DE LA VIDÉO DANS LE LEARNING
PAR L'INTERACTIVITÉ !

LA VIDÉO
COMME PREMIER MÉDIA
POUR ACCÉDER À
L'INFORMATION EST
INCROYABLEMENT
POPULAIRE

+85%
du trafic web
dès 2020

Elle est désormais accessible aux professionnels du Digital Learning, tant en création qu'en diffusion. Mais comme tout langage émergent, la vidéo en formation traverse une phase d'apprentissage, de tâtonnement où nous cherchons les bons mots, les bonnes pratiques qui la rendent intelligible. Elle a besoin d'une grammaire qui va la structurer, l'organiser, la séquencer pour la rendre compréhensible par tous et performante.

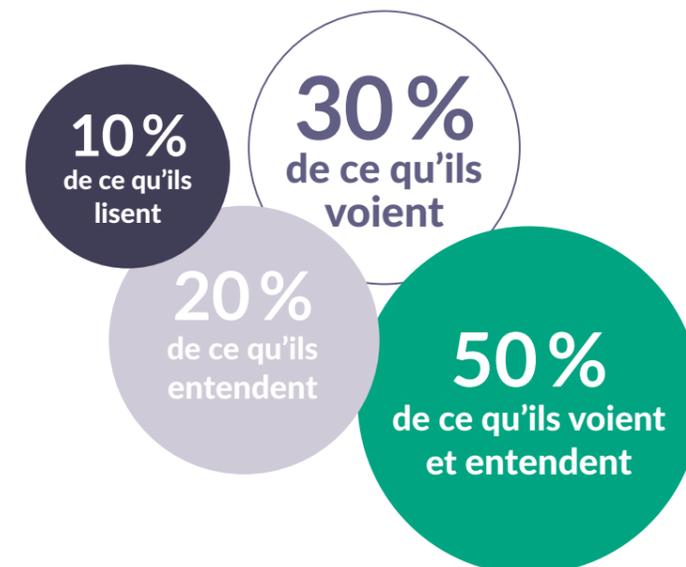
***La construction
qui est grammaticalement juste
est celle qui se révèle la plus efficace
pour la communication***

Tomasello

Le digital associé à la vidéo permet de donner ce cadre dans lequel les règles vont pouvoir s'inscrire et le langage se développer, pour une performance d'apprentissage décuplée !

État des lieux de la puissance cognitive de la vidéo

Des travaux scientifiques récents menés par le chercheur canadien Thierry Karsenti, spécialisé dans l'application des T.I.C. à l'éducation, a ainsi pu valider par l'expérience les résultats établis par la psychologie : les apprenants retiennent généralement...



De son côté, dans un suivi longitudinal (2009-2012) d'un groupe d'étudiants âgés de 18 à 26 ans, Willmot de l'Université de Loughborough, montre qu'il y a un effet mesurable entre l'utilisation en formation de la vidéo numérique et :

- l'augmentation de la motivation des élèves
- l'amélioration de l'expérience d'apprentissage
- l'obtention de notes plus élevées
- l'apparition d'un potentiel de développement permettant un apprentissage plus approfondi du sujet
- le développement de l'autonomie de l'apprenant

Ces travaux démontrent que dans le domaine de la pédagogie, et a fortiori de la formation distancielle et digitale, **le recours à la vidéo génère des bénéfices mesurables et concrets.**

Le média privilégié par les jeunes pour leurs loisirs, pour leurs recherches d'informations, est la vidéo. Sachant que **les millennials représenteront en 2025 75% de la main d'œuvre globale**, les entreprises doivent commencer très rapidement à **réfléchir au design de l'expérience collaborateur** qu'elles proposent, afin de répondre aux besoins et aux désirs de cette nouvelle catégorie de travailleurs.

Freins et limites de la vidéo dans l'apprentissage

Alors si la puissance de la vidéo est prouvée ainsi que sa nécessité de l'embarquer au cœur des contenus de formation, cependant, dans une culture de zapping et d'ultra-sollicitation, la vidéo seule est insuffisante : 5% des gens arrêtent de regarder une vidéo après 1 minute et 60% après 2 minutes.

L'ultra consommation de la vidéo par une audience submergée, distraite, impatiente, hyper-sollicitée amène à des comportements de zapping et de perte de concentration ultra rapide. Il existe un risque alors de pousser des vidéos en grande quantité à destination des apprenants sans au préalable les penser en terme pédagogique.

La 1^{ère} réponse apportée, faute de mieux, a été de proposer des modules vidéos de 2 ou 3 minutes. Approche microlearning désormais bien inscrite comme « best practice », mais pour autant insuffisante et qui ne saurait couvrir tous les sujets de formation.

Comment proposer une formation vidéo d'onboarding qui dure souvent 20 à 30 mn, en 10 séquences ?

Cela prendrait 10 jours à suivre ?

Ou de la même façon, pour former sur des sujets réglementaires et complexes ?

Se pose aussi souvent la question du coût VS la qualité ?

La tendance du « User Generated Content » en vidéo, filmer à partir de son smartphone, amène une démocratisation bénéfique de l'usage de la vidéo en formation – comme filmer un geste, partager une expérience ou une expertise – mais dont la **qualité sera inégale, à la fois dans le traitement vidéo que dans le message délivré.**

À l'autre bout de la chaîne, réaliser une production vidéo de qualité, avec un scénario, des acteurs et une mise en scène apporte de l'impact et une grande satisfaction, avec un véritable ROI en dépit du coût de production.

Mais qu'en sera-t-il lorsqu'il faudra faire des mises à jour ? Recommencer le film et/ou le montage ? C'est un frein réel qui peut faire abandonner l'envie de se lancer !

Enfin, les responsables de formation remontent leur frustration d'être **aveugles face au comportement des apprenants** en vidéo : un player simple de vidéo ne permet pas de remonter des statistiques de temps passé, de complétion ou de ce qui a été retenu à la fin.

PERTE D'ATTENTION, QUALITÉ OU COÛT, SANS TRAÇABILITÉ,
SONT DES FREINS LEVÉS PAR LA VIDÉO INTERACTIVE

Les réponses apportées par l'innovation technologique et pédagogique des vidéos interactives Kumullus sont de plusieurs ordres : le digital associé à la vidéo (et même plus précisément pour les curieux, une couche html placée pardessus la vidéo pour offrir quasiment les mêmes possibilités qu'une page web), permet de donner un cadre structurant dans lequel les pratiques pédagogiques vont pouvoir s'inscrire et la performance être au rendez-vous, en suivant 3 grands principes : interactions, chapitrage, mesure.

Interactions

Interactions contextualisées sous forme d'activités ludiques, avec des réponses instantanées permettant de déclencher et d'entretenir les échanges ; des interactions qui sont autant de rappels de concentration, et évitent la perte d'attention ; des interactions qui amènent à approfondir, renforcer des notions avec des contenus optionnels en images, infographies, pdf, « motion design » etc.

La diversité des formats permettant à l'apprenant, dans un parcours riche, de mieux apprendre et retenir comme les études l'ont prouvé. Les mises à jour ne sont plus un problème : en plaçant les informations soumises à une modification fréquente en contenu interactif on évite de refaire toute la vidéo !

Chapitrage

Chapitrage visible pour savoir à tout moment où on en est, naviguer intuitivement d'un chapitre à l'autre, donner une direction, revenir sur un point qu'on souhaite approfondir... C'est l'approche microlearning sans être contraint par la densité d'un sujet et en laissant sa liberté à l'apprenant ! Par des combinaisons personnalisées des chapitres de formation, cette technologie ouvre la porte à « l'adaptive vidéo-learning » !

Mesure

La mesure comportementale est renforcée : au-delà du tracking habituel (statut, temps, score) exigé en SCORM, en diffusant les vidéos sur un site web, la solution offre des possibilités de tracking supérieures, permettant de suivre précisément le niveau d'engagement d'un apprenant dans sa formation.

Les études menées par
les sociétés utilisatrices
de la technologie
Kumullus le prouvent :

95%
D'APPRENANTS
SATISFAITS

4 FOIS PLUS
DE CONVERSION
ET DE COMPLÉTION

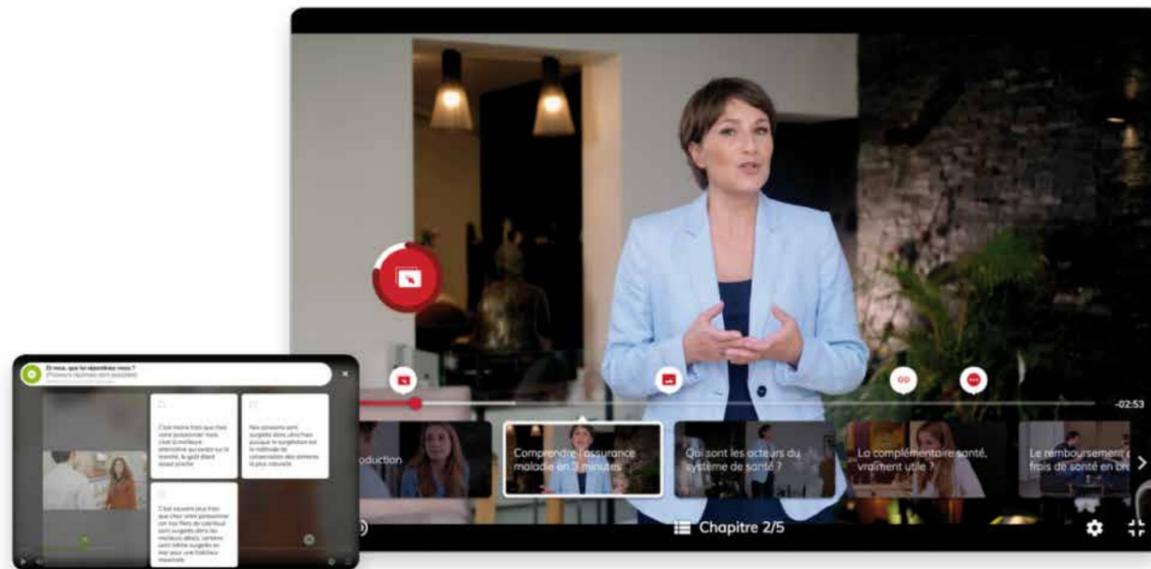


Guillaume de Maison Rouge est Directeur Associé de la plateforme SaaS Kumullus, plateforme qui aide les professionnels du Learning à construire facilement des modules en vidéos interactives et à booster la performance de formation.

g.demaisonrouge@kumullus.com
+33 6 73 13 53 84

DES EXEMPLES DE RÉALISATION SONT À RETROUVER SUR

www.kumullus.com



PLUS DE 200 ENTREPRISES FONT CONFIANCE À KUMULLUS



SEPHORA

KENZO



Et multiplient par 4 l'engagement de leurs audiences avec la vidéo interactive*

Face à une vidéo d'apprentissage notre attention baisse significativement dès 2 minutes et ne dépasse pas 10 secondes pour un message publicitaire en vidéo ! Perte de concentration principalement due à notre passivité.

Ajoutez des interactions directement dans la vidéo, qui ouvrent des quiz et activités pédagogiques, des médias de toute sortes, des documents à télécharger, ainsi qu'une navigation par chapitres et ré-engagez votre audience !

*Étude menée auprès de +1,2 millions de personnes sur une campagne d'engagement client en assurances



CONTACT

www.kumullus.com

10, rue Treilhard - 75009 Paris

kumullus[®]