

Table des matières

□ G1 - Analyser les besoins de formation	3
□ Les 3 catégories de questions clés (selon Dumoulin)	3
□ Distinguer la demande du besoin réel	5
□ Conseils pratiques pour l'entretien	5

□ G1 - Analyser les besoins de formation

La première étape dans la conception d'une formation est l'analyse de besoin. C'est une étape préliminaire décisive.

□ Informations rapides

- **Page parente** : [G1 — Besoins en Formation](#)
- **Compétence liée à** : [Compétence G Concevoir](#)
- **Module concerné** : [Module MDA — Accompagnement](#)

□ G1 - Identifier et analyser les besoins de formation

□ Objectif de cette fiche

Maîtriser la **phase d'analyse des besoins**, une étape cruciale pour distinguer la **demande** du **besoin réel**. L'objectif est de récolter les bonnes informations (objectifs, public, logistique) afin de **construire une offre de formation pertinente, réaliste et alignée** avec les enjeux opérationnels du commanditaire.

□ Les 3 catégories de questions clés (selon Dumoulin)

L'entretien d'analyse de besoin doit couvrir trois volets essentiels pour garantir une compréhension complète de la situation.

<mermaid> graph TD

```
A[□ Analyse du besoin] --> B[□ Objectifs & Contexte]
A --> C[□ Apprenants]
A --> D[☼ □ Logistique]
B --> E[Formation alignée, réaliste et efficace]
C --> E
D --> E
style A fill:#e3f2fd,stroke:#2196f3
style E fill:#c8e6c9,stroke:#2e7d32
```

</mermaid>

□ Ce schéma illustre les trois piliers de l'analyse de besoin, permettant de passer de la demande initiale à une proposition de formation solide.

1. Objectifs de la formation

Cette rubrique vise à comprendre le cœur de la demande et à transformer la réponse du commanditaire en objectifs pédagogiques tangibles.

Questions clés à poser :

Quelle est la situation à l'origine de la demande ?

- Pourquoi cette demande maintenant ?
- Quel problème a été observé sur le terrain ?
- Quels changements de comportements opérationnels sont attendus ?
- **En situation opérationnelle, de quoi les apprenants seront-ils capables ?**

À savoir :

- Si le commanditaire répond en une phrase, le besoin est probablement clair.
- Si la réponse est longue et complexe, le travail du formateur sera de **synthétiser** pour la transformer en objectifs de formation clairs.

□ **Objectif** : Clarifier le *pourquoi* de la formation et définir des résultats mesurables.

2. Le public à former

Connaître les apprenants est fondamental pour adapter le contenu, le rythme et les méthodes pédagogiques.

Questions clés à poser :

Qui sont les apprenants ?

- Quels sont leur métier, leur profil (diplômes, postes, ancienneté) ?
- Quel est leur niveau d'expertise sur le sujet ?
- Que savent-ils déjà bien faire ? Que connaissent-ils du sujet ?
- **Quels sont leurs préjugés, idées reçues, mauvais réflexes ou erreurs de terrain ?**
- Comment abordent-ils la formation ? Sont-ils volontaires ou inscrits d'office ? (état d'esprit)
- Quels sont leurs enjeux personnels ? Que retirent-ils de la formation ?

À savoir :

- Les réponses sur les idées reçues et les mauvais réflexes sont des **leviers pédagogiques puissants** pour débiter la formation.
- Si les apprenants sont réticents, il est nécessaire de leur donner un **espace pour déposer leurs émotions** en début de parcours, afin de lever les freins à l'apprentissage.

□ **Objectif** : Adapter le parcours aux réalités, aux croyances et à la motivation du public.

3. La logistique et les contraintes

Cette rubrique permet de vérifier la faisabilité de la formation et d'anticiper les aspects pratiques.

Questions clés à poser :

Quelles sont les contraintes organisationnelles ?

- Quel est l'effectif total ? Sera-t-il réparti en groupes ?
- Quelle est la durée envisagée (courte/longue, continu/discontinu) ?
- Quelles sont les modalités les plus adaptées (présentiel, distanciel, hybride) ?
- Quels sont les horaires de travail et les périodes à éviter ?
- Quels logiciels ou outils spécifiques doivent être utilisés ?
- Quelles sont les contraintes de terrain à prendre en compte ?

À savoir :

- Poser ces questions, c'est considérer le commanditaire comme un **véritable partenaire**. Ses idées sont précieuses, mais c'est au formateur de déterminer la durée et les méthodes en fonction des objectifs opérationnels.
- Après validation, des questions plus précises pourront être posées (accès à la salle, badge, matériel disponible, modularité de la salle, contacts d'urgence).

□ **Objectif** : Garantir la faisabilité opérationnelle de la formation et une mise en œuvre fluide.

□ Distinguer la demande du besoin réel

Le point de vigilance majeur : la demande du commanditaire ne correspond pas toujours au véritable besoin.

- □ **Cas idéal** : Le commanditaire a mené une analyse fine. La demande **correspond** au besoin.
- △ **Cas fréquent** : Le commanditaire exprime une solution sans avoir clairement identifié le problème. Le formateur doit alors **réorienter** les objectifs à partir des informations recueillies.

Pour creuser et affiner l'analyse :

- Lire les fiches de poste des apprenants.
 - S'entretenir avec les managers hiérarchiques.
 - Discuter avec quelques apprenants représentatifs.
 - Réaliser un audit des pratiques existantes.
-

□ Conseils pratiques pour l'entretien

Pendant l'entretien :

- Prendre des notes **en temps réel** et les retranscrire rapidement après.
- **Reformuler** systématiquement les réponses floues et demander des exemples concrets.
- **Investiguer** les enjeux réels derrière la demande de surface.
- Commencer à **co-construire** des pistes avec le commanditaire.

À la fin de l'entretien :

- Proposer une **synthèse orale** des points clés pour valider la compréhension mutuelle.
 - Prendre un **rendez-vous** pour la présentation de la proposition.
 - Idéalement, créer une **première version (brouillon) du parcours** dans les 24 à 48 heures pour maintenir la dynamique de co-construction.
-

□ En quoi l'IA peut-elle vous aider ?

- Préparer un plan d'entretien.
 - Créer une trame de questions préparatoires pour le briefing.
 - Synthétiser et reformuler les besoins du commanditaire à partir des notes du briefing.
 - Identifier les zones floues ou incohérentes dans la demande.
 - Analyser le secteur d'activité ou les informations disponibles sur l'entreprise du commanditaire.
-

□ Réflexion personnelle

□ Bibliographie

- Dumoulin, V. (2024). *Questions à poser pour une analyse de besoin*.
-

□ Navigation

→ Retour à la [sous-compétence G1 — Besoins en Formation](#) → Retour à la [Compétence G Concevoir](#) → Retour à la [Page du Module MDA](#)

[carnet](#), [g1 besoins](#), [analyse besoin](#), [dumoulin](#)

Page mise à jour le {{date | Auteur : Eugénie Decré | Version : 1.0}}

From:
<https://wiki.eugeniedecre.com/> - **Formation en Conscience**

Permanent link:
https://wiki.eugeniedecre.com/doku.php/carnet/g1_besoins/g1_analyse_besoins?rev=1773654848

Last update: **2026/03/16 10:54**

