

Avec LinkedIn Learning, Criteo fait appel à la flexibilité pour renforcer les habitudes de formation



Siège social : Paris | Industrie : Internet | Taille de l'entreprise : 2 900 employés

Plateforme publicitaire mondiale pour l'Internet ouvert fondée en 2005. A généré plus de 800 milliards de dollars de ventes e-commerce annuelles en 2018.

Les challenges

- Développer une culture de l'apprentissage dans une entreprise internationale reposant sur le digital learning
- Proposer une solution d'apprentissage flexible avec contenus courts pour s'adapter aux emplois du temps chargés
- Développer à grande échelle le processus d'intégration et de formation initiale des employés
- Donner aux employés de Criteo la possibilité de continuer à développer leurs compétences

La solution

- 3 000 licences LinkedIn Learning, couvrant l'intégralité des employés du monde entier
- Un programme d'activation pour motiver les apprenants comprenant des teasers avec des extraits de cours, des recommandations de cours envoyées sur Slack et une communication directe avec les managers pour favoriser l'adoption dans leurs équipes

Le résultat

+60 %

des employés de Criteo ont été actifs sur LinkedIn Learning au cours des six premiers mois

Pour cet acteur de la publicité digitale, LinkedIn Learning a permis de transformer l'attitude des employés vis-à-vis de la formation en ligne.

Le fait que Criteo compte parmi les acteurs de publicité digitale à la plus forte croissance au monde a apporté son lot de challenges. L'entreprise, dont la plateforme multi-produits propose une solution marketing complète adaptée à toutes les étapes du parcours client, a dû concevoir un processus d'intégration qui soit compatible avec cette forte croissance. Elle avait besoin d'une plateforme de digital learning qui prenne en charge l'intégration et la formation initiale des nouveaux employés de Criteo à grande échelle, et qui leur permette par la suite de continuer à développer leurs compétences.

« Nous avons repensé notre processus d'intégration pour utiliser le blended learning et offrir une expérience cohérente et universelle à tous les employés de Criteo, explique Nicolas Sejourne, senior digital learning manager. L'un des obstacles majeurs résidait dans le fait que les employés ont parfois des idées préconçues sur le digital learning. Ils ont tendance à voir la formation comme une obligation chronophage. C'est pourquoi nous devons réussir à susciter l'enthousiasme en mettant en avant l'intérêt de l'initiative pour le collaborateur. »

Afin d'exploiter tout le potentiel du digital learning, Criteo devait proposer un nouveau type d'expérience aux apprenants : une plateforme agile et réactive, suffisamment flexible pour s'adapter à un emploi du temps chargé, et dont les résultats seraient immédiats. En choisissant LinkedIn Learning, Nicolas a permis à Criteo d'offrir à son personnel une expérience d'apprentissage à grande échelle. L'entreprise a acheté 3 000 licences LinkedIn Learning pour que tous les employés aient accès à la plateforme et que Nicolas et son équipe puissent lancer une campagne mondiale pour la promouvoir. En l'espace de six mois, plus de 60 % des employés de Criteo ont activé leur compte.

« La culture du digital learning se renforce à vue d'œil chez Criteo, se félicite Nicolas. Notre taux d'activation prouve que les employés sont très motivés. Grâce à LinkedIn Learning, nous avons pu mettre à leur disposition une plateforme qui leur permet d'apprendre à leur manière. Ils peuvent accéder directement aux contenus les plus pertinents pour eux et en ressentir les bénéfices même s'ils n'y consacrent que 15 minutes. La possibilité d'apprendre à l'aide de contenus courts fait vraiment la différence. C'est moins stressant, et on a l'impression de trouver le contenu dont on a besoin, au moment où on en a besoin. »

L'approche stratégique de Criteo à l'œuvre

Nicolas Sejouré et Maria Benkhoucha, digital learning apprentice, ont adopté une approche multicanale pour le déploiement de LinkedIn Learning, l'objectif étant de susciter l'enthousiasme autour de la plateforme et de souligner à quel point elle diffère des autres solutions de digital learning.

« Criteo dispose d'un canal de télédiffusion interne (CriteoTV) dans les espaces publics de nos locaux, notamment dans les cafétérias. Nous avons créé un teaser et l'avons diffusé sur cette chaîne juste avant le lancement de LinkedIn Learning, explique Maria. Nous avons pu réutiliser cette vidéo sur notre réseau intranet pour inciter les employés à activer leur compte et à explorer la plateforme. » Maria et Nicolas se sont servis de modèles LinkedIn Learning pour créer leur vidéo et d'autres supports pour le lancement de la plateforme, obtenant ainsi une grande variété de contenus promotionnels. « Les visuels et les modèles proposés sont très utiles, témoigne Maria. Grâce à eux, pas besoin de réinventer la roue pour préparer sa campagne de lancement. »

Cependant, le déploiement de LinkedIn Learning chez Criteo ne s'est pas limité à l'aspect promotionnel. En effet, l'équipe dédiée au digital learning a également travaillé d'arrache-pied pour impliquer les managers et d'autres influenceurs à même de favoriser l'adoption dans leurs équipes. « Nous essayons de rencontrer les managers en personne plutôt que de leur envoyer des e-mails, explique Nicolas. Par exemple, la dernière fois que je me suis rendu à nos bureaux à New York, j'ai pu rencontrer la plupart des managers et des directeurs pour leur présenter les solutions à leur disposition ainsi que les bénéfices qu'apporte l'utilisation de LinkedIn Learning. Depuis, certains m'ont invité à leurs réunions d'équipe pour que je puisse présenter la plateforme à des groupes plus importants. C'est une manière efficace de favoriser l'adoption. »

De plus, avec Slack, la plateforme de messagerie interne qu'utilise l'entreprise, il est très facile de relayer des discussions à grande échelle. « Les employés peuvent nous contacter pour nous faire part de leurs besoins en matière de formation, et nous pouvons les orienter vers du contenu LinkedIn Learning adapté, raconte Nicolas. Nous avons ainsi la possibilité d'interagir avec tous les membres de l'entreprise, de discuter ensemble du digital learning de façon informelle et instructive. »

Vu l'engouement que suscite la plateforme, Nicolas et Maria doivent désormais se concentrer sur un nouvel objectif : orienter les employés de Criteo vers le contenu le plus pertinent pour eux. « Au cours des prochains mois, nous allons créer des cursus d'apprentissage recommandés destinés à nos différentes audiences et tester plusieurs

possibilités pour trouver le juste équilibre entre l'apprentissage en autonomie, les recommandations d'experts de notre entreprise et celles de la plateforme LinkedIn Learning, explique Nicolas. Cibler avec du contenu pertinent, c'est ce que Criteo fait de mieux. Nous avons pour ambition d'appliquer les mêmes principes à la formation, en recommandant le bon contenu aux bonnes personnes au bon moment. »

L'avis des utilisateurs :

« LinkedIn Learning s'est avéré très pratique lorsque j'ai changé de poste pour rejoindre notre équipe dédiée à la gestion des talents. J'y ai trouvé des cours très utiles en lien avec mes nouvelles fonctions, en particulier comment motiver les employés et communiquer avec eux, mais aussi du contenu plus général sur la gestion des talents et des performances. Dans le cadre de notre programme d'engagement, je me suis aussi servie de LinkedIn Learning pour recommander du contenu aux managers. Je les ai encouragés à regarder de courtes vidéos centrées exclusivement sur ce qu'ils doivent savoir. »

Eva Klären,
Senior Program Specialist, People Engagement



« Mon travail consiste principalement à assister les équipes marketing et commerciales, et LinkedIn Learning regorge de contenu à cet effet. Par exemple, si j'utilise Salesforce pour analyser une campagne, je peux trouver du contenu directement en lien avec cette tâche. Pour l'instant, j'ai suivi des cours liés à la gestion de projet et au digital knowledge, mais aussi sur des outils spécifiques. La qualité du contenu est excellente, et c'est vraiment pratique d'y avoir accès sous forme de vidéos, de transcriptions et de chapitres distincts. »

Gerry L. Hong,
Go-to-Market Operations Project Manager



« Les membres de mon équipe ne jurent que par le logiciel de visualisation des données Tableau. Et d'ailleurs, j'ai découvert LinkedIn Learning alors que je me préparais à passer une certification Tableau. J'ai suivi des cours débutants et avancés sur ce logiciel, et j'ai appris beaucoup de choses. J'ai notamment apprécié le fait que les cours soient divisés en petites parties, faciles à compléter, avec des modules d'exercices qu'on peut faire en temps réel pour s'entraîner. C'est un excellent moyen d'apprendre une compétence technique difficile. En plus, comme les cours sont divisés en parties, on peut facilement revenir en arrière pour consulter les précédents acquis. Avec l'aide de LinkedIn Learning, j'ai obtenu ma certification. J'ai été si satisfait que j'ai intégré le cours débutant au processus d'intégration obligatoire de notre équipe. »

Gilles Giudicelli,
Head of Research, Insights and Marketing Analytics

