

CARRIÈRES
& FORMATION DES X

5 ANS APRÈS,

LA PREMIÈRE VAGUE DES STARTUPS
POLYTECHNICIENNES PORTE SES FRUITSNicolas Hernandez (03)
président co-fondateur

En réalisant une levée de fonds à hauteur de 1.6 millions d'euros, **360Learning**, la solution de transformation digitale pour l'Entreprise, s'affiche comme l'investissement de la vague EdTech le plus important du marché européen et montre la pertinence de son business model. Entretien avec Nicolas Hernandez (03), son président co-fondateur.

BIO EXPRESS

Nicolas Hernandez, X03, a créé 360Learning peu après sa sortie d'École avec Guillaume Alary-Raisonier (ESSEC) et Sébastien Mignot, X05. Lors de ses années à l'X il a fait en parallèle une maîtrise de philosophie sur Michel Foucault.

Parlez-nous du marché de la formation en ligne et du positionnement de 360Learning ?

Les plateformes « e-learning » ont 10 à 15 ans d'ancienneté. Il s'agit de logiciels archaïques avec une ergonomie à la fois complexe et peu fonctionnelle. Les setup fees démarrent à 50k euros et... il faut un master spécialisé pour s'en servir ! Ces plateformes sont devenues obsolètes. Nous sommes dans un monde numérique où le défi de l'entreprise est de digitaliser l'ensemble de ses processus métier, en incluant jusqu'aux partenaires et clients qui forment l'entreprise étendue. Nous nous sommes différenciés en prenant ce besoin comme point de départ de nos solutions techniques. Par ailleurs, sur le plan des usages, de l'ergonomie, de la simplicité, le « e-learning » tel qu'on l'a connu n'est plus cohérent avec les usages du web. Pour ces raisons, depuis 2012, le marché a été mûr et réceptif à de nouvelles offres. 360Learning propose donc aux entreprises une solution de digitalisation complète. Par exemple pour raccourcir les cycles métier, sensibiliser à la culture digitale, permettre aux différents business de l'entreprise de se parler entre eux... Nous intervenons principalement auprès des DRH auxquelles le comité exécutif a confié la transformation digitale. Nous comptons parmi nos clients des Grands Comptes, mais aussi des ETI françaises et internationales.

Comment avez-vous réussi à pénétrer ce marché ?

Nous devons notre performance actuelle à une approche marketing innovante. Nos concurrents sont généralement absents du web, leurs vendeurs sont sur les salons et pour vendre, ils mobilisent leur réseau personnel. A 25 ans, nous n'avions pas de réseau, aucune expérience du B2B, et nous n'aimions pas quitter nos ordinateurs ! C'est donc sur le web que nous avons gagné la bataille du marketing, c'était la brèche dans les barrières à l'entrée construites depuis 15 ans par les acteurs traditionnels : webinar, livres blancs, un site web moderne, une solution technique irréprochable, et un accompagnement qualitatif pour l'implémentation... c'est la recette simple qui nous a permis de nous imposer face aux dinosaures qui étaient en face de nous.

La généralisation de l'e-learning est-elle un atout dans la recherche de la performance et d'efficacité des entreprises ?

Oui. Aujourd'hui les grands cabinets de conseil comme McKinsey et BCG incluent systématiquement la digitalisation dans leurs recommandations. Plus généralement, la digitalisation est sans doute aujourd'hui le premier levier de performance pour l'Entreprise. Mais le challenge se situe au niveau

de la mise en œuvre dans les usages quotidiens : comment déployer les usages digitaux au niveau des comportements individuels des collaborateurs ? 360Learning apporte une réponse à ce défi : tant sur le plan de l'implémentation opérationnelle que sur le plan méthodologique. Les méthodes comme les outils du digital se doivent d'être agiles, et nous accompagnons nos clients dans l'exécution de cette transformation.

Les nouveaux outils comme les MOOCs sont-ils l'avenir du marché de la formation en ligne ?

Les MOOCs d'entreprise constituent une option crédible quand il faut sensibiliser des populations volumineuses sur les thématiques transverses du numérique. Car ces MOOCs utilisent les formats du web, suscitent de nombreuses interactions entre les collaborateurs et leur gestion est très souple. Ils permettent de reproduire en entreprise l'expérience d'un étudiant sur un campus moderne : exaltante, rapide, mobile. Les « profils », les forums et les vidéos, c'est un bon début, mais ça ne suffit pas. Il faut créer les bonnes interactions lors de l'apprentissage pour que cela fonctionne. Il faut également équiper et éduquer les directions métier avec des solutions qui leur permettent de partager sur des cycles courts les savoir-faire qu'elles produisent. Pour casser les silos, mais surtout pour leur permettre de se transformer rapidement quand c'est nécessaire. Idéalement, il faudrait que chaque direction opérationnelle puisse déployer un MOOC en quelques heures pour les collaborateurs de l'entreprise. ■

EN BREF

Création : 2010. 3 Fondateurs dont 2 polytechniciens, 21 collaborateurs. 20 000 formations par jour. Plus de 500 clients : Orange, HEC, Crédit Agricole, BNP Paribas, Hermès, Havas, SNCF, Nespresso.