

great learning has benefits

# GLHB

no.3 | printemps \_\_ spring 2015 les avantages d'une excellente formation

## tailored & targeted!

### Credentials, badges & certificates: new TOEIC preparation.

Over the years, there has been a major shift in both the academic and the professional development worlds: purchasers of education and training, along with the participants, increasingly request proof of what happens in the classroom. This trend has accelerated recently due the wide variety of offerings available in the virtual classroom space.

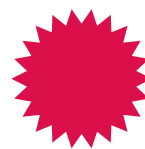
Historically, participants in an education or training program have received a document: a transcript or an attendance report indicating that course objectives were met or that the participant was physically present at the training sessions. Today, managers and decision makers who buy training, parents who pay for education, or ultimately governments, are more and more insistent that providers be accountable for the educational content they have delivered. Educators and trainers need to start with learning objectives and then design and deliver creative and effective programs. But they also need to measure outcomes and communicate the outcomes in a clear and credible manner.

Outcomes measurement can take many forms. It could be the results of a serious game that is benchmarked to an international population and carries an accompanying certificate. It could be an e-portfolio that includes easily accessible content developed during an online course or training session. It could take the form of a standardized test that is easily and correctly interpreted by the reader. Or on a broader level, evaluation and approval of the educational program by a rigorous accrediting organization signals a certain quality level.

The recent shift in the French professional training landscape serves to reinforce the credential-driven decision when selecting training and development programs for employees, regardless of the level in the firm. This is especially true for employees' personal training accounts.

Ultimately, the credential serves as an element of the employee's "personal brand". People (and organizations) can carefully choose their badges and festoon themselves for rapid communication of their abilities in the workplace or on the job market.

As a client-centric training company, **GLHB Group** starts with the needs of the individual and the organization. Our clients are requesting credential-focused management development – and we have responded with a new offering: **Tailored and Targeted TOEIC preparation courses**. *The TOEIC can be an important badge in the international arena and does help communicate a manager's English language skills. For ambitious managers who wish to add this badge to their set of credentials but desire content relevant to their professional and personal situation, we have developed a customized TOEIC offering. We propose preparation courses for the TOEIC but underpin them with custom content: for different functions or levels of management, industry sectors, or stages in one's career. Delivered individually or in small groups, this new offering is exactly what one would expect from the GLHB Group – a robust and effective learning experience that is 100% in line with the client's needs. For more information, please contact us at [gailhamilton87@gmail.com](mailto:gailhamilton87@gmail.com) or 06 43 62 58 96.*



À HAUTE VALEUR AJOUTÉE

HIGH-CONTENT, HIGH-LEVEL • FOCUSED • CRÉATIF • CIBLÉ • EFFICACE • INNOVATIVE • CREATIVE



# GLHB

no.3 | printemps \_\_ spring 2015

## personnaliser & cibler!

### Qualifications, certificats & 'badges': nouvelle préparation pour le TOEIC.

Ces dernières années, l'univers du développement professionnel et académique a beaucoup évolué et les commanditaires de formation, ainsi que les participants, sont de plus en plus nombreux à demander des preuves tangibles de ce qui se passe dans la salle de cours. Cette tendance s'est récemment accélérée avec la diversification des offres disponibles en matière de formation à distance.

Historiquement, au terme d'un programme éducatif ou d'une formation, les participants ont reçu un bulletin de notes ou un rapport de présence indiquant que les objectifs de cours ont été atteints ou qu'ils étaient physiquement présents aux séances de formation. Aujourd'hui, cependant, les managers et les décideurs responsables de l'achat des formations, les parents qui payent l'éducation de leurs enfants, voire les instances publiques, insistent de plus en plus sur la responsabilité des fournisseurs pour le contenu de la formation fournie. Les éducateurs et les formateurs doivent commencer par définir les objectifs d'apprentissage, puis concevoir et fournir des programmes créatifs et efficaces pour les atteindre. Mais ils doivent également être en mesure d'en évaluer et d'en communiquer les résultats de manière claire et crédible.

L'évaluation des résultats peut prendre différentes formes, comme, par exemple, les résultats d'un "serious game" comparés à ceux d'une population internationale et donnant lieu à un agrément. Elle peut être constituée d'un livret électronique dont le contenu, développé lors d'un cours en ligne ou d'une séance de formation, est facilement accessible. Ou elle peut prendre la forme d'un contrôle normalisé et aisément interprétable par le lecteur. Or, de manière générale, l'évaluation et la validation d'un programme de formation par un organisme d'accréditation rigoureux signalent un certain niveau de qualité.

L'évolution récente du paysage français de formation professionnelle tend à renforcer la sélection de programmes de formation et de développement professionnel donnant lieu à des certifications, indépendamment du niveau hiérarchique des collaborateurs concernés. Cela est notamment le cas pour le compte personnel de formation.

Enfin, le diplôme ou certificat constitue un élément permettant de renforcer la réputation du cadre sur le marché du travail (son identité de "marque"). Les collaborateurs ou les entités peuvent effectivement sélectionner leurs "badges" soigneusement et s'en fester pour communiquer rapidement leurs capacités au bureau ou sur le marché du travail.

**En tant qu'entreprise de formation axée sur le client, le GLHB Group commence par les besoins de l'individu et de l'organisation. Nos clients exigent un développement des compétences de direction permettant l'octroi d'un certificat de qualification, et nous avons répondu avec une nouvelle offre d'un cursus de préparation personnalisée et ciblée pour le TOEIC. Le TOEIC peut être une qualification importante sur la scène internationale pour communiquer les compétences d'anglais d'un manager. Pour les cadres ambitieux qui souhaitent ajouter ce "badge" à l'ensemble de leurs qualifications, mais désirent toutefois un contenu défini en fonction de leur situation professionnelle et personnelle, nous avons développé une offre TOEIC personnalisée. Nous proposons des cours de préparation pour le TOEIC adaptés, avec un contenu sur mesure pour différents niveaux de direction, fonctions, secteurs, ou étapes de la carrière professionnelle. Proposée aux individus ou aux groupes, cette nouvelle offre est le reflet de ce que l'on attend du GLHB Group: une expérience d'apprentissage sérieuse et efficace, en parfaite adéquation avec les besoins du client. Pour plus d'informations, nous vous prions de nous contacter à [gailhamilton87@gmail.com](mailto:gailhamilton87@gmail.com) ou au 06 43 62 58 96.**



# GLHB

no.3 | printemps \_\_ spring 2015

## serious games

focus & discussion with Rick Thompson

**Why did you start using business simulation games with your clients?**

About 10 years ago I realized clients needed an effective experiential method to provide both training on how companies function and how teams work together.

**What types of simulations do you use?**

There are many games on the market today – the focus could be on a specific sector, on innovation, on strategy, ... there is a wide variety of options. But first I work with the client to understand the needs of the organization. Only then do we select the best game for the client's needs.

**What levels of management or organizational functions can benefit from a simulation?**

Because a key learning objective is to show how different company functions are interconnected, all functions or departments can benefit from a game.

**How is a typical simulation structured and administered?**

We need enough financial periods to allow teams to implement strategies and modify or correct them over time – from 6 to 12 “years” is enough. So games can be scheduled for 3 to 4 full days, or can last several weeks with half-day per week sessions. Some clients are interested in a short, intensive team-building experience, which may also be possible. There are generally 3 to 6 participants per team with 6 to 8 teams.

**How do you organize the teams?**

There should be a mix of expertise on a team, and I prefer that executives swap functions so that the marketing teams, for example, would better understand finance and visa-versa.

**In your mind, what are the most important “take-aways” or learning outcomes for the participants?**

Teams need to be able to handle all aspects of running a business – and today's sophisticated games provide extensive data. Participants need to prepare a market strategy, plan production, anticipate competitor reactions, develop innovative products, handle research, optimize supply chains, analyze financial statements, and determine financial needs. These are key learning outcomes. As for team dynamics, participants learn to delegate, respect deadlines, negotiate with peers, and react to success and or failure.

**Why would a client choose a business simulation over, say, a complex case study or case competition?**

Simulations are dynamic and results depend on how the other teams play. No two simulations are the same. Furthermore, most simulations score on objective criteria. In contrast, case study competitions are static and usually require a judge or jury. In addition, most simulations also include one or more unexpected events such as crises, lawsuits, strikes, etc... Finally, the upcoming millennial generation of managers is a gaming generation! Business simulations dovetail perfectly with the way younger managers learn and interact in teams.

**In France we use the term “serious game”. Do you find that the terms “serious game” and “business simulation” are used interchangeably?**

The terms can be used interchangeably in this context, but clients usually use the term “serious game”. The games are fun but effective learning tools. Ambitious participants want to win the competition and do take the game very very seriously.

**And finally, how important is the “fun” aspect?**

As it is a game, participants enjoy the experience. Early period winners don't necessarily win the competition so the round-per-round results keep participants plugged in. The period-by-period rankings motivate teams and intensity increases as the game progresses. Even losing teams have fun and benefit from the learning experience.

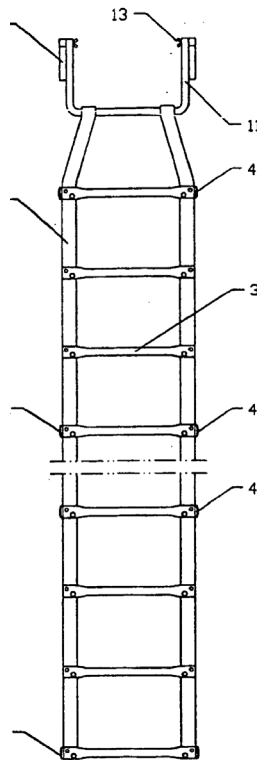


Fig. 1  
hook ladder



RICHARD THOMPSON \_\_  
SENIOR CONSULTANT AND EDUCATOR WITH OVER 30 YEARS OF INTERNATIONAL EXPERIENCE IN TECHNOLOGY TRANSFER, FINANCE AND MANAGEMENT. HE HAS A B.S. FROM CORNELL UNIVERSITY IN MECHANICAL ENGINEERING AND AN MBA FROM INSEAD.

# GLHB

no.3 | printemps \_\_ spring 2015

## serious games

focus & discussion avec Rick Thompson

**Pourquoi avez-vous commencé à employer des jeux de simulation d'entreprise avec vos clients ?**

Il y a environ 10 ans, j'ai réalisé que les clients avaient besoin d'une méthode empirique efficace pour recevoir une formation sur le fonctionnement de l'entreprise et sur le travail en équipe.

**Quels types de simulations employez-vous ?**

Aujourd'hui, beaucoup de jeux sont proposés sur le marché. Un jeu peut ainsi être axé sur un secteur précis, sur l'innovation, sur la stratégie... il y a donc un grand nombre d'options. Mais je travaille d'abord avec le client pour comprendre les besoins de l'organisation. C'est la condition pour sélectionner le jeu le plus adapté aux besoins du client.

**Quels niveaux de la hiérarchie ou quelles fonctions de l'organisation peuvent tirer profit d'une simulation ?**

Puisqu'un objectif primordial d'apprentissage est de montrer les interconnexions entre différentes fonctions de l'entreprise, tous les services ou fonctions peuvent en tirer profit.

**Comment une simulation typique est-elle structurée et administrée ?**

Il nous faut un nombre suffisant d'exercices financiers pour permettre aux équipes de mettre en œuvre des stratégies et de les modifier ou rectifier à terme: de 6 à 12 "exercices" sont suffisants. Les jeux peuvent ainsi être programmés pendant 3 à 4 jours complets, ou peuvent durer plusieurs semaines au rythme d'une séance d'une demi-journée par semaine. Certains clients préfèrent une expérience courte et intensive de team building, ce qui est également possible.

Il y a généralement 6 à 8 équipes, avec 3 à 6 participants par équipe.

**Comment organisez-vous les équipes ?**

Il doit y avoir un mélange d'expertise dans une équipe, et je préfère que les cadres permutent leurs fonctions habituelles de sorte que l'équipe marketing, par exemple, comprenne mieux la finance et vice-versa.

**Dans votre esprit, quels sont les "leçons à tirer" ou résultats clés pour les participants en termes d'apprentissage ?**

Les équipes doivent pouvoir traiter tous les aspects de la gestion d'une activité, et les jeux sophistiqués actuels fournissent une grande quantité de données. Les participants doivent préparer une stratégie du marché, planifier la production, anticiper les réactions des concurrents, développer des produits innovants, traiter la recherche, optimiser la chaîne logistique, analyser des rapports financiers et déterminer les besoins financiers.

Le fait de pratiquer ces compétences fait parti des résultats clés d'apprentissage. Quant à la dynamique d'équipe, les joueurs apprennent à déléguer, à respecter des délais, à négocier avec des pairs, et à réagir face à la réussite ou à l'échec.

**Pourquoi est-ce qu'un client choisirait-il une simulation d'entreprise au lieu d'un concours ou d'une étude de cas complexe, par exemple ?**

Les simulations sont dynamiques et les résultats dépendent de la manière de jouer des autres équipes. Deux simulations ne sont donc jamais identiques. En outre, les simulations sont généralement notées en utilisant des critères objectifs. En revanche, les concours d'étude de cas sont statiques et exigent habituellement un juge ou un jury. En outre, la plupart des simulations comprennent également un ou plusieurs événements inattendus tels que des crises, des procès, des grèves, etc...

**En France nous employons le terme "jeu sérieux" ou "serious game". Pour vous, les termes "jeu sérieux" et "simulation d'entreprise" peuvent-ils être employés de manière interchangeable ?**

Ces termes peuvent être employés de manière interchangeable dans ce contexte, mais de manière générale, les clients préfèrent utiliser le terme "jeu sérieux". Les jeux sont amusants, tout en constituant des outils d'apprentissage efficaces.

Les participants ambitieux veulent gagner la compétition et prennent le jeu très au sérieux.

**En conclusion, quelle est l'importance de l'aspect "amusant" ?**

Puisque c'est un jeu, les participants se réjouissent de l'expérience. Les premiers en début de période ne gagnent pas forcément le jeu, donc les différents tours tiennent en haleine les participants. Les équipes sont motivées par les classements par période et par l'intensité grandissante au cours du jeu. Même les équipes perdantes s'amuse et tirent profit de l'expérience d'apprentissage.



**RICHARD THOMPSON \_\_ CONSULTANT ET FORMATEUR INTERNATIONAL DEPUIS PLUS DE TRENTE ANS DANS LE TRANSFERT DE TECHNOLOGIE, LA FINANCE ET LE MANAGEMENT, RICHARD (RICK) THOMPSON DÉTIENT UN BS EN GÉNIE MÉCANIQUE DE L'UNIVERSITÉ CORNELL ET UN MBA DE L'INSEAD.**

**CONTACT INFORMATION**

Gail Hamilton +33 (0)6 43 62 58 96

gailhamilton87@gmail.com

**GLHB** Group S.A.S. au capital de 2000 €

2 villa Damrémont 75018 Paris France

SIRET 75006801700011

R.C.S. Paris B 750 068 017

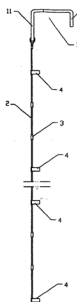


Fig. 2 hook ladder cross-section