



Au-delà des diapositives : comment réussir son webinaire

JANVIER 2023

GUIDE PRATIQUE

AUTRICE

Geneviève Grenier, conseillère scientifique en transfert des connaissances
Direction de la valorisation scientifique et qualité

SOUS LA COORDINATION DE

Karine Hébert, conseillère scientifique et coordonnatrice de l'équipe Transfert des connaissances
Direction de la valorisation scientifique et qualité

COLLABORATRICE ET COLLABORATEUR

Madalina Burtan, conseillère en transfert des connaissances
Karl Forest-Bérard, conseiller scientifique en transfert des connaissances
Direction de la valorisation scientifique et qualité

RÉVISEUSES

Andréanne Boisjoli, agente de planification, de programmation et de recherche
CIUSSS de l'Estrie – Centre hospitalier universitaire de Sherbrooke
Institut universitaire de première ligne en santé et services sociaux

Céline Bouffard, agente de planification, de programmation et de recherche
CIUSSS de l'Estrie – Centre hospitalier universitaire de Sherbrooke
Institut universitaire de première ligne en santé et services sociaux

Marie-Hélène Brousseau, conseillère scientifique
Institut national de santé publique du Québec

Aurélié Hot, conseillère principale de recherche
Université de Montréal

Frédérique Lemieux, agente de planification, de programmation et de recherche
CIUSSS de l'Estrie – Centre hospitalier universitaire de Sherbrooke
Institut universitaire de première ligne en santé et services sociaux

Florence Morestin, conseillère scientifique
Centre de collaboration nationale sur les politiques publiques et la santé

Les réviseuses ont été conviées à apporter des commentaires sur la version préfinale de ce document et en conséquence, n'en ont pas révisé ni endossé le contenu final.

L'autrice, la coordonnatrice, la collaboratrice et le collaborateur, ainsi que les réviseuses ont dûment rempli leurs déclarations d'intérêts et aucune situation à risque de conflits d'intérêts réels, apparents ou potentiels n'a été relevée.

MISE EN PAGE

Hélène Fillion, adjointe à la direction
Direction de la valorisation scientifique et qualité

Ce document est disponible intégralement en format électronique (PDF) sur le site Web de l'Institut national de santé publique du Québec au : <http://www.inspq.qc.ca>.

Les reproductions à des fins d'étude privée ou de recherche sont autorisées en vertu de l'article 29 de la Loi sur le droit d'auteur. Toute autre utilisation doit faire l'objet d'une autorisation du gouvernement du Québec qui détient les droits exclusifs de propriété intellectuelle sur ce document. Cette autorisation peut être obtenue en formulant une demande au guichet central du Service de la gestion des droits d'auteur des Publications du Québec à l'aide d'un formulaire en ligne accessible à l'adresse suivante : <http://www.droitauteur.gouv.qc.ca/autorisation.php>, ou en écrivant un courriel à : droit.auteur@cspq.gouv.qc.ca.

Les données contenues dans le document peuvent être citées, à condition d'en mentionner la source.

Dépôt légal – 1^e trimestre 2023
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
ISBN : 978-2-550-93748-7 (PDF)

© Gouvernement du Québec (2023)

REMERCIEMENTS

Nous aimerions souligner l'apport de l'équipe de la Direction de la valorisation scientifique et qualité de l'Institut national de santé publique du Québec pour son soutien dans l'idéation, l'élaboration et la bonification du présent guide. Nous remercions particulièrement les personnes suivantes qui ont contribué à enrichir ce guide et ses outils : Maria José Arauz Galarza, Lyne Arcand, Maryse Beaudry, Ghislaine Ebelle, Sawssan Kaddoura, Vana Ké, Tamari Langlais, Roxanne Lépine, Doina Malai, Olivier Robert, Caroline Tessier et Carole Tétreault.

Nous remercions aussi nos collègues qui ont effectué la révision par les pairs et paires pour leur analyse attentive.

Finalement, nous remercions aussi nos partenaires du ministère de la Santé et des Services sociaux pour leur confiance dans l'élaboration de ce guide.

AVANT-PROPOS

Les webinaires gagnent en popularité pour diffuser les connaissances les plus récentes sur un sujet, pour échanger sur les avancées d'une étude scientifique ou pour partager des innovations et des pratiques prometteuses; pour ne citer que quelques exemples. Ils sont un moyen de transfert des connaissances intéressant pour atteindre différents objectifs tels qu'informer sur un thème ou un sujet particulier, améliorer la compréhension d'une problématique ou sensibiliser à un enjeu. Lorsque bien planifiés et élaborés dans le cadre d'une stratégie de mobilisation des connaissances, les webinaires peuvent aussi contribuer à l'ajustement des pratiques et au développement des compétences professionnelles.

Qu'est-ce qu'un webinaire?

Mot-valise issu des mots « web » et « séminaire », le webinaire est une présentation en ligne, tenue à l'aide d'une plateforme de vidéoconférence, au cours de laquelle le public peut interagir en direct.

La production de ce guide a été mandatée par le ministère de la Santé et des Services sociaux, dans le contexte de la mise en œuvre du *Plan d'action pour soutenir le développement des compétences en santé publique 2020-2025*. Bien que ce guide ait été rédigé dans le but d'être d'abord utile à nos partenaires du ministère et du réseau de la santé et des services sociaux qui œuvrent en développement des compétences, nous avons évité d'y inclure des contenus ou des références spécifiques à ces milieux. Nous souhaitons ainsi favoriser son utilisation par différents publics.

Le guide vise donc à outiller toute personne qui organise des webinaires traitant de connaissances issues de la recherche, de la pratique ou de l'évaluation et qui aspire à maximiser leur effet. Son contenu est fondé sur l'état des connaissances actuelles concernant les meilleures pratiques pour l'élaboration de webinaires. Ces connaissances sont issues d'une revue narrative systématisée de la littérature scientifique et d'une revue sommaire de la littérature grise; puis bonifiées par les savoirs d'expérience de professionnels et professionnelles en transfert des connaissances et développement de compétences, recueillis lors de groupes de travail et de boucles de validation du texte.

Utilité du guide

Ce guide peut vous soutenir, que vous en soyez à votre première expérience, que vous cherchiez à enrichir votre offre actuelle de webinaires ou que vous ayez vous-même à présenter lors d'un webinaire.

Vous trouverez aussi, à la section 4, des outils pratiques :

1. [Procédure](#) : Ce tableau énumère une liste des tâches à accomplir pour l'organisation d'un webinaire et d'une programmation de webinaires, incluant les personnes-clés à impliquer et les échéances à respecter.
2. [Identifier son public cible](#) : Ce document suggère des questions à vous poser à propos de vos publics cibles pour bien cerner les caractéristiques de votre public prioritaire.
3. [Analyser les besoins du public cible](#) : Ce document propose des questions à poser à votre public cible pour collecter ses besoins de connaissances et ses préférences. Vous y trouverez aussi d'autres pistes pouvant vous aider à réaliser ou à compléter votre analyse de besoins.
4. [Ligne éditoriale à l'attention des conférenciers et conférencières](#) : Ce gabarit de ligne éditoriale permet d'asseoir la thématique et le format de votre programmation de webinaires afin de positionner votre offre en matière de sujets abordés, de format de présentation, etc. Il sert également à préparer et à accompagner les personnes qui présentent.
5. [Évaluation post-webinaire](#) : Ce document aborde quelques aspects que vous pourriez évaluer à propos de vos webinaires ainsi que des méthodes pour procéder.
6. [Formulaire d'évaluation de la satisfaction](#) : Parmi les évaluations les plus souvent déployées post-webinaire, la satisfaction des personnes qui ont assisté au webinaire est la plus fréquente. Ce gabarit peut vous inspirer afin de développer votre propre formulaire d'évaluation de la satisfaction.

Les essentiels

Les suggestions et pistes d'amélioration sont nombreuses dans ce guide. Certaines ne s'appliquent peut-être pas à votre contexte. D'autres peuvent surtout enrichir l'expérience lors de votre programmation ou de vos webinaires. Toutefois, des éléments s'avèrent essentiels pour atteindre vos objectifs et assurer le succès de votre webinaire¹. Il s'agit de :

- [l'analyse des besoins du public cible](#),
- [les aspects pédagogiques](#),
- [le degré d'interactivité des contenus et des échanges avec les participants et participantes](#),
- [l'évaluation du webinaire](#).

¹ Ces éléments essentiels sont ceux qui reviennent le plus souvent dans la littérature. Ils sont aussi les critères habituellement exigés dans un processus d'accréditation d'une activité de formation, auprès d'une organisation universitaire par exemple. Si votre webinaire a pour objectif de contribuer à l'amélioration des pratiques professionnelles ou au développement des compétences de votre public cible, vous devriez accorder une attention particulière à ces éléments.

Si vous prenez en compte ces quatre éléments, vos webinaires pourront répondre aux plus importants critères de qualité. Cela dit, au-delà de ces éléments essentiels, ce guide vous propose un grand nombre d'idées pour enrichir l'expérience des personnes participantes.

Questions d'argent et de ressources

Les bonnes pratiques dans ce guide sont présentées dans un contexte organisationnel idéal. Toutefois, sur le terrain, il arrive que le temps et les ressources financières et humaines soient limitées. À cet égard, retenez qu'on peut souvent faire beaucoup avec peu. En vous concentrant sur les essentiels, vous pourrez proposer des webinaires de qualité – malgré les limites que la réalité vous impose. Choisissez les bonnes pratiques qui vous semblent prometteuses et essayez-en certaines. Le besoin est souvent source de créativité!

Icônes

Deux icônes vous guideront dans votre lecture. Au début de chaque section, une icône vous indique si celle-ci vous offre des bonnes pratiques pour une programmation ou pour un webinaire unique.

Légende



Bonnes pratiques pour une programmation de webinaires.



Bonnes pratiques pour un webinaire.

TABLE DES MATIÈRES

1	PROGRAMMATION DE WEBINAIRES	7
1.1	Pourquoi une programmation de webinaires?	7
1.2	Former un comité consultatif	8
1.3	Différents rôles possibles au sein du comité consultatif	9
1.4	Identifier votre public cible	10
1.5	Analyser les besoins de votre public	11
1.6	Accréditation d'une programmation ou d'un webinaire	12
1.7	Choisir votre format de présentation	13
1.8	Synchrone ou asynchrone?	14
1.9	Déterminer la fréquence et les plages horaires des webinaires	15
1.10	Adopter la ligne éditoriale d'une programmation de webinaires	16
1.11	Sélectionner vos sujets	17
1.12	Trouver et rencontrer les conférencières et conférenciers pressentis	18
1.13	Choisir votre plateforme pour tenir les webinaires	19
1.14	Inscriptions	19
1.15	Créer votre programmation	20
1.16	Promotion	21
1.17	L'importance d'une procédure, d'un échéancier ou d'une liste de tâches	24
2	ENRICHIR L'EXPÉRIENCE : BONNES PRATIQUES POUR ORGANISER UN WEBINAIRE DE QUALITÉ	25
2.1	Aspects pédagogiques	25
2.2	Au-delà des diapositives... les objectifs d'apprentissage et le contenu	27
2.3	Interaction et engagement	31
2.4	Présenter avec énergie et confiance	36
2.5	Qu'en est-il des diapositives?	38
2.6	Différents rôles pendant la tenue du webinaire	42
2.7	Technologies et techniques : éviter les embûches	43
2.8	De l'information avant le webinaire	45
2.9	De l'information après le webinaire	46
2.10	L'évaluation : un effort payant pour l'amélioration continue	47
3	CONCLUSION	48
4	OUTILS PRATIQUES	49

4.1	Procédure	49
4.2	Identifier son public cible.....	61
4.3	Analyser les besoins du public cible.....	62
4.4	Ligne éditoriale à l'intention des conférenciers et conférencières	65
4.5	Évaluation post-webinaire.....	68
4.6	Formulaire d'évaluation de la satisfaction	72
5	MÉTHODOLOGIE	75
5.1	Stratégie de recherche documentaire	75
5.1.1	Concepts.....	75
5.1.2	Bases de données et date d'interrogation	75
5.1.3	Limites.....	75
5.1.4	Critères de sélection et de qualité	76
5.1.5	Résultats.....	76
5.1.6	Sources de la littérature grise	77
5.2	Élaboration du guide.....	77
5.3	Révision par les pairs.....	77
5.4	Organigramme de type PRISMA	78
	BIBLIOGRAPHIE SCIENTIFIQUE	79
	BIBLIOGRAPHIE GRISE.....	82

1 PROGRAMMATION DE WEBINAIRES

DANS CETTE SECTION :

- Pourquoi une programmation de webinaires?
- Former un comité consultatif
- Différents rôles possibles au sein du comité consultatif
- Identifier votre public cible
- Analyser les besoins de votre public
- Accréditation d'une programmation ou d'un webinaire
- Choisir votre format de présentation
- Synchronique ou asynchrone ?
- Déterminer la fréquence et les plages horaires des webinaires
- Adopter la ligne éditoriale d'une programmation de webinaires
- Sélectionner vos sujets
- Trouver et rencontrer les conférencières et conférenciers pressentis
- Choisir votre plateforme pour tenir les webinaires
- Inscriptions
- Créer votre programmation
- Promotion
- L'importance d'une procédure, d'un échéancier ou d'une liste de tâches

Les conseils présentés dans cette section vous seront utiles autant pour organiser un webinaire ponctuel que pour planifier une programmation thématique de webinaires.

1.1 Pourquoi une programmation de webinaires?²



Une programmation de webinaires désigne ici une série de webinaires chapeauté par un thème particulier. Son élaboration permet de vous positionner en tant que source d'information sur le thème retenu et de créer des rendez-vous réguliers qui favorisent le maintien de l'intérêt du public cible. Votre programmation peut aussi engendrer un sentiment de communauté et de collégialité qu'il ne faut pas négliger – particulièrement si le format est dynamique et interactif. Le public se sent alors à l'aise d'y participer activement.

Le choix de faire des webinaires à la pièce ou d'en faire une programmation doit être réfléchi en fonction des objectifs poursuivis. Si vous souhaitez informer ou sensibiliser votre public sur un sujet précis, il est possible qu'un webinaire unique pour répondre à ce besoin ponctuel soit la

² Elder Law Report 34, no 3, avril 2015; Buxton, Burns et De Muth, 2012; Smith, 2020; Rose, Machanda, deVoss, O'Seadna & Seymour, 2021.

voie à suivre pour vous. Toutefois, si vous souhaitez créer un rendez-vous autour d'un thème large qui comporte plusieurs aspects, une programmation peut s'avérer une option intéressante.

Avant de vous lancer, réfléchissez aux questions suivantes :

- À quels problèmes ou besoins non comblés souhaitez-vous répondre?
- Quels sont vos publics prioritaires?
- Quels sont vos objectifs généraux de transfert de connaissances (informer, améliorer la compréhension d'une problématique, sensibiliser à un enjeu, influencer ou soutenir une prise de décision, améliorer une pratique)?
- Le webinaire est-il un moyen de transfert des connaissances adéquat pour les atteindre?
 - Le cas échéant, devrez-vous organiser un seul ou plusieurs webinaires?
- Devrez-vous déployer des activités complémentaires pour atteindre vos objectifs?
- Quelles sont vos ressources (humaine, financière, en temps, etc.)?

Les réponses à ces quelques questions devraient permettre d'orienter votre projet.

1.2 Former un comité consultatif³



Un comité consultatif est un groupe dédié à la programmation de vos webinaires. Ce comité met à profit l'expertise et les forces de ses membres.

Ce comité a comme tâches de :

- Déterminer une [ligne éditoriale](#), le thème, le [format de présentation](#) et [les caractéristiques techniques et technologiques](#) de vos webinaires;
- Analyser périodiquement les [besoins du public cible](#) et établir la programmation afin d'y répondre;
- Choisir [le sujet](#) de chaque webinaire;
- [Planifier](#) le déploiement de la programmation et en assurer la coordination: prévoir les tâches à accomplir à chaque étape pour l'organisation d'un webinaire, le temps à accorder pour leur réalisation et qui s'en occuper;
- [Évaluer la programmation](#) et chacun des webinaires.

³ Black, Clauson et Fraser, 2013; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Chiswell et coll., 2018; Turkdogan et coll., 2021; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021.

Le comité doit se rencontrer en début de processus, mais aussi ponctuellement durant la programmation. Il pourra statuer si cette dernière va rondement ou s'il faut apporter des ajustements au processus ou aux contenus en cours de route. De plus, le comité doit effectuer un bilan final en vue d'adopter des améliorations, si nécessaires, pour le prochain cycle.

1.3 Différents rôles possibles au sein du comité consultatif⁴



Le comité consultatif est constitué de plusieurs personnes qui assumeront différents rôles, selon leurs expertises respectives. Une même personne peut donc avoir la responsabilité de plusieurs rôles. Tout comme un rôle peut être sous la responsabilité de plusieurs personnes.

- **Responsabilité du projet** : Cette personne s'assure du bon déroulement de la programmation et coordonne les activités à chacune des étapes. Ce rôle est indispensable.
- **Expertise sur le contenu** : Cette personne maîtrise le domaine dans lequel s'inscrit votre programmation et elle est à l'affût des notions émergentes. Elle connaît les personnes pertinentes à inviter à titre de conférencières ou conférenciers sur un sujet. Elle pourra mesurer la pertinence d'une proposition. Ce rôle peut être confié à quelques personnes. Vous pouvez même considérer mettre sur pied un comité scientifique à proprement dit, en plus du comité consultatif qui serait alors davantage axé sur la coordination et la réalisation des activités pour l'organisation des webinaires. Ce rôle est indispensable.
- **Expertise en transfert des connaissances** : Cette personne a l'habitude de mettre en œuvre des activités de partage des connaissances engageantes dans des formats de présentation adaptés pour un public donné. Ses compétences seront utiles également pour l'analyse des besoins de connaissances et des préférences de votre public. Elle peut aussi contribuer à l'évaluation de votre programmation. Ce rôle est souhaitable, si cela est possible.
- **Expertise en (techno)pédagogie** : Cette personne a l'habitude de mettre en œuvre des activités de formation dans des formats variés. Ses compétences pourront contribuer à l'analyse des besoins de connaissances et de développement professionnel de votre public, si c'est ce que vous visez avec votre programmation, et vous proposer des objectifs d'apprentissage adéquats. Elle peut aussi suggérer des méthodes (techno) pédagogiques pour atteindre les objectifs d'apprentissage poursuivis, tels que des activités interactives ou des techniques d'animation. De plus, elle peut collaborer à l'évaluation de vos webinaires. Ce rôle est souhaitable, si cela est possible.
- **Soutien technique et administratif** : Cette personne connaît les plateformes, leurs forces et leurs faiblesses. Elle peut apporter son aide à plusieurs volets : la création du site Web pour la programmation, la gestion des inscriptions, les suivis post-webinaire. Elle offre aussi de

⁴ Fadlemola et coll., 2019; Black, Clauson et Fraser, 2013; Turkdogan et coll., 2021; Chiswell et coll., 2018; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021.

l'accompagnement technique pendant le webinaire. Par exemple, elle peut régler les pépins qui surviennent pendant la présentation ou aider les participantes et participants qui éprouvent des difficultés. Ce rôle est indispensable et pourrait requérir la contribution de personnes différentes pour les aspects techniques et administratifs.

- **Responsabilité de gestion** : Cette personne s'assure que les décisions du comité sont en phase avec les objectifs de l'organisation et que le plan proposé respecte les ressources disponibles. Par ailleurs, cette personne prend les décisions nécessaires à l'avancement du projet. Ce rôle est souhaitable, si cela est possible.
- **Relève** : Pensez à inclure une personne de la relève dans le comité consultatif. Cette personne aura l'occasion d'apprendre au fil des expériences tout en apportant une perspective qui pourra enrichir la programmation des webinaires. Ce rôle est souhaitable, si cela est possible.
- **Public cible** : Il peut être opportun d'inviter une ou deux personnes de votre public cible dans votre comité. Ces personnes pourront vous aiguiller quant à l'adéquation des sujets envisagés et des formats de présentation aux besoins identifiés. Ces personnes peuvent également participer à relayer votre programmation. Ce rôle est souhaitable, si cela est possible.

Informez-vous auprès de votre organisation pour connaître le type de soutien dont vous pourriez bénéficier (administratif, technique, webmestre, transfert de connaissances, etc.). Vous pourriez aussi considérer de faire appel à des services externes pour certaines tâches, comme le soutien technique, par exemple.

1.4 Identifier votre public cible⁵



Connaître son public est la première étape pour répondre à ses besoins et pour développer une programmation ou une activité adaptée.

Vous ne savez pas comment vous y prendre? Consultez le document « [Identifier son public cible](#) » pour vous aider dans cette tâche. Vous devez identifier les personnes susceptibles d'assister à vos webinaires et celles que vous souhaitez joindre en priorité. Vous devez détailler ce qui les caractérise et ce qui caractérise le milieu dans lequel elles évoluent. Vous pourrez alors analyser leurs besoins de manière plus précise.

Évitez de choisir trop de publics différents. Vous risquez alors de présenter des webinaires trop génériques – pour tout le monde et personne à la fois.

⁵ Wofford, 2019; Topor & Budson, 2020; UNICEF, s.d..

1.5 Analyser les besoins de votre public⁶



Connaître les caractéristiques, les préférences et les besoins de votre public cible constitue une étape préalable essentielle au développement de votre programmation ou de votre webinaire. L'analyse de besoins permet, notamment, de se faire une idée de l'écart à combler entre les connaissances ou les compétences actuelles de votre public et celles qui sont visées. Car après tout, l'appréciation du succès d'un webinaire tient de la qualité de ses contenus, mais surtout de sa capacité à répondre aux besoins de ceux et celles à qui il s'adresse.

Quels effets ou résultats voulez-vous obtenir? Quelles améliorations visez-vous? Comment vos webinaires combleront-ils l'écart entre la situation actuelle et la situation souhaitée?

Si votre programmation ou votre webinaire s'inscrit dans une stratégie visant l'ajustement des pratiques ou le développement professionnel, il pourrait être fort utile d'amorcer l'analyse des besoins avec un référentiel de compétences approprié au contexte de travail de votre public cible. En santé publique, par exemple, on dénombre plusieurs [référentiels de compétences](#)⁷.

Qu'est-ce qu'un référentiel de compétences?

Il s'agit d'un outil incontournable lorsqu'on s'inscrit dans une approche de développement professionnel par compétences. Il brosse un portrait des activités professionnelles, de leurs conditions et modalités d'exercice et des ressources (savoir-faire, qualités, réseaux de ressources, etc.) à mobiliser pour réaliser efficacement ces activités (définition adaptée de Brahimi, 2011)⁸.

L'analyse de besoins permet de transformer les besoins recensés en objectifs d'apprentissage qui tiennent compte des objectifs plus généraux de votre programmation. Mieux vous connaissez les besoins auxquels vous aspirez à répondre, plus vous formulerez des objectifs d'apprentissage qui détermineront avec précision les connaissances à acquérir ou les compétences à développer par votre public lors de vos webinaires. Vous serez alors en mesure de sélectionner et organiser les contenus, ainsi que d'élaborer des activités adéquates pour atteindre ces objectifs. Vous maximiserez par le fait même l'effet de vos webinaires.

⁶ Basaran et Yalman, 2020; Black, Clauson et Fraser, 2013; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Smith, 2020; Wofford, 2019; Fadlemola et coll., 2019; Guevara, 2016; Borgerson et Dino, 2012; Fehrenbach, 2013; Chiswell et coll., 2018; Guanci, 2010; Topor & Budson, 2020; Li, 2014; Hennis & van Dam, 2021; Center for Disease Control, 2021 ; Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, 2014.

⁷ Institut national de santé publique. (s.d.). Référentiels de compétences en santé publique. Repéré à <https://www.inspq.qc.ca/developpement-competences/ressources/referentiels>

⁸ *Ibid.*

Un webinaire seulement?

Il se peut qu'un webinaire ou qu'une programmation de webinaires ne puisse pas répondre entièrement aux besoins du public, notamment pour engendrer des changements profonds de pratique. Il faut alors l'envisager en complémentarité d'autres activités de transfert de connaissances ou de formation. Dans ce cas, référez-vous à des outils comme *Animer un processus de transfert des connaissances. Bilan des connaissances et outil d'animation*⁹ pour vous aider à planifier une stratégie plus robuste.

Consultez le document « [Analyser les besoins du public cible](#) » pour vous outiller dans la réalisation d'une analyse des besoins de connaissances ressentis et des préférences de votre public. Vous y trouverez quelques pistes pour procéder à votre analyse, de même qu'une liste de questions à poser à des représentantes et représentants de votre public afin de mieux le cerner. Une fois le portrait des besoins établi, vous pourrez l'utiliser pour : ébaucher votre programmation, choisir les sujets de même que les conférenciers et conférencières à inviter, déterminer le format de présentation des webinaires, planifier les activités d'apprentissage, etc.

1.6 Accréditation d'une programmation ou d'un webinaire¹⁰



Une accréditation est une attestation officielle, octroyée par un organisme accréditeur agréé tel qu'un établissement d'enseignement qui certifie de la qualité d'une activité (ex. formation, conférence, webinaire unique ou programmation de webinaires). La qualité est évaluée par différents critères, notamment la pertinence des méthodes (techno)pédagogiques prévues lors de votre activité pour atteindre les objectifs d'apprentissage visés.

Pourquoi faire accréditer votre programmation ou votre webinaire? L'accréditation peut favoriser la participation d'un plus grand nombre de personnes, par son gage de qualité, et parce qu'elle offre la possibilité d'accumuler des crédits (ou unités) de formation continue. Elle s'avère particulièrement importante pour les personnes dont le cumul des heures ou des crédits de formation est une exigence de leur profession afin de conserver leur permis, licence ou certificat. C'est le cas des médecins, entre autres.

En outre, le processus d'accréditation vous donne un cadre à présenter aux conférenciers et conférencières pour l'élaboration d'un webinaire engageant. Notez que les exigences à combler pour déposer une demande d'accréditation pourraient nécessiter davantage de préparation de leur part.

⁹ Lemire, N., Souffez, K. et Laurendeau, M.-C. (2009). *Animer un processus de transfert des connaissances. Bilan des connaissances et outil d'animation*. Direction de la recherche, formation et développement. Institut National de Santé Publique du Québec. Québec.

¹⁰ Black, Clauson et Fraser, 2013; Fehrenbach, 2013; Smith, 2020; Topor & Budson, 2020.

Si vous comptez faire accréditer votre programmation de webinaires ou un webinaire à la pièce, amorcez les démarches plusieurs semaines avant la date prévue de votre activité. Vous vous assurez ainsi de respecter les délais requis par l'organisme accréditeur pour la soumission et le traitement de votre demande. L'accréditation peut aussi engager des frais. Renseignez-vous auprès des organismes accréditeurs pour bien saisir leurs processus, délais et frais.

Vous pourriez plutôt considérer d'offrir une attestation de participation – un document produit par votre organisation déclarant que la personne a bien assisté au webinaire. Ce genre d'attestation est également reconnu par plusieurs ordres professionnels. Si l'avenue vous intéresse, parlez-en avec votre service des ressources humaines ou de développement des compétences qui gère habituellement ce type d'attestation. Informez-vous directement auprès des ordres, collèges ou fédérations professionnelles de vos publics cibles pour connaître leurs exigences en matière de développement professionnel continu.

1.7 Choisir votre format de présentation¹¹



Le format le plus habituel d'un webinaire est calqué sur les conférences en présentiel : une personne présente à l'aide de diapositives et ensuite le public peut poser des questions, que ce soit oralement ou via une boîte de clavardage.

Toutefois, il y a plusieurs autres formats que vous pouvez adopter. La section [« Enrichir l'expérience »](#) de ce guide propose plusieurs avenues intéressantes pour répondre encore mieux aux besoins de votre public, et augmenter son niveau de satisfaction et d'appropriation des connaissances.

Peu importe le format privilégié, mentionnez-le dans votre [ligne éditoriale](#) et parlez-en aux personnes qui présenteront. Elles auront probablement besoin d'un soutien de votre part pour adopter un format différent de celui auquel elles sont habituées.

¹¹ Li, 2014; Lieser, Taf & Murphy-Hagan, 2018; Zoumenou et coll., 2015; Topor & Budson, 2020.

1.8 Synchrones ou asynchrones?¹²



Un webinaire est synchrone lorsqu'il est présenté en temps réel sur une plateforme de visioconférence. En contrepartie, un webinaire asynchrone est un enregistrement du webinaire qui peut être visionné à tout moment.

Chaque mode a ses avantages¹³.

Un **webinaire synchrone** permet au public d'intervenir instantanément, par des émoticônes, des questions ou des commentaires, et de prendre part à des activités qui sollicitent la participation active plutôt que l'écoute passive. Comparés au mode asynchrone, les webinaires synchrones permettent aux personnes qui y participent de développer un plus grand sentiment de communauté et d'être engagées dans le partage des savoirs avec les autres. La possibilité d'interagir en temps réel donne aussi l'occasion d'approfondir les notions moins bien comprises immédiatement et d'adapter le contenu aux personnes présentes ([voir section « Enrichir l'expérience »](#)).

Un **webinaire asynchrone** permet à quiconque d'accéder au contenu, au moment opportun, autant de fois que souhaité. Le mode asynchrone augmente ainsi la probabilité que votre webinaire soit vu par un plus grand nombre, notamment si vous visez un public professionnel avec un horaire chargé, inflexible ou atypique.

Les études ne concluent pas qu'un mode est meilleur que l'autre. Tout dépend des besoins et préférences du public, de vos objectifs et des efforts déployés pour adapter le contenu et concevoir un webinaire intéressant. De plus, vous pouvez tirer avantage des deux modes lorsque vous enregistrez votre webinaire synchrone pour le diffuser par la suite. Vous améliorez alors la longévité et la portée de votre webinaire.

Attention, vous devez obtenir l'autorisation de vos présentateurs et présentatrices avant d'enregistrer le webinaire pour diffusion ultérieure. Vous devez aussi en aviser l'auditoire. Cela peut freiner les interventions des participantes et participants. Pour mitiger ce risque, une option consiste à diffuser en différé la présentation seulement et non pas les échanges avec l'auditoire. Cette option impliquera peut-être d'effectuer un peu de montage audiovisuel. Pour libérer la parole lors des échanges et rassurer les personnes timides, vous pourrez alors mentionner en début de rencontre que seule la présentation fera l'objet d'une diffusion asynchrone.

¹² Gilkey et coll., 2014; Wang & Hsu, 2008; Lucey, 2018; Luo, Geng, Pei, Chen & Zou, 2021; Martin-Smith, McArdle, Carroll, Kelly, 2015; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Cueva, Cueva, Revels, Hensel et Dignan, 2021; Chiswell et coll., 2018; Université de Montréal, s.d. b.

¹³ Nous nous concentrons surtout sur le webinaire synchrone dans ce guide. D'autres ressources sur les activités asynchrones et les environnements numériques d'apprentissage existent et constituent un corpus de savoir en soi.

1.9 Déterminer la fréquence et les plages horaires des webinaires¹⁴



Vous aurez à définir **la fréquence** de vos webinaires, en tenant compte des préférences de votre public cible, ainsi que du temps et des ressources humaines dont vous disposez. Par exemple, avec peu de ressources, une équipe peut tenir des webinaires une fois toutes les deux semaines, mais l'accompagnement des conférenciers et conférencières sera minimal. L'atteinte des objectifs d'apprentissage visés par le webinaire sera variable et tributaire du niveau d'expertise pédagogique de la personne qui présente. Si l'on vise une offre de webinaires plus riche en contenus et en activités d'apprentissage, afin de favoriser une meilleure appropriation des connaissances, il faut prévoir plus de temps entre les événements ou consacrer plus de ressources.

Nous vous proposons une [procédure](#) pour vous guider dans les tâches à faire, selon un échéancier, mais vous pouvez l'adapter à votre réalité.

Autre point important : **les dates, les heures et la durée** de vos webinaires.

- Tentez d'éviter de vous placer indûment en situation de concurrence ; si possible, ne planifiez pas vos webinaires en même temps que d'autres événements similaires s'adressant à vos publics cibles.
- Pour ce qui est de l'horaire, il est généralement recommandé de tenir les webinaires sur les heures de travail. Toutefois, si votre public ne peut pas être libéré pour y participer ou si les heures de travail ne lui conviennent pas, vous pouvez considérer de tenir vos webinaires à l'heure du dîner.
- Un webinaire de plus d'une heure trente devrait idéalement être raccourci ou scindé en deux pour éviter la fatigue.
- Si votre public primaire vit dans différents fuseaux horaires, choisissez une heure qui constitue un compromis acceptable pour la majorité.

L'idéal est de tenir compte des préférences de votre public cible quant aux meilleurs moments, à la durée et à la fréquence souhaitée.

¹⁴ Zoumenou et coll., 2015; Buxton, Burns et De Muth, 2012; Fehrenbach, 2013; Reushle & Loch, 2008; Hennis & van Dam, 2021; Apolitical 2022 b; Center for Disease Control, 2021; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021; UNICEF, s.d.

1.10 Adopter la ligne éditoriale d'une programmation de webinaires¹⁵



Pourquoi est-il nécessaire d'écrire une ligne éditoriale? Une [ligne éditoriale](#) aide grandement à définir votre programmation.

- Quelle est la raison d'être de cette programmation de webinaires? À quels besoins répond-elle?
- Quel est le grand thème de votre programmation?
- Quels sont ses objectifs?
- À qui s'adresse-t-elle?
- Quel format prend-elle?
- Quels contenus y seront présentés?
- Comment ces contenus seront-ils présentés?
- Etc.

La ligne éditoriale guidera ainsi vos choix quant aux conférenciers et conférencières, la manière d'aborder les sujets lors des présentations, etc. De plus, votre ligne éditoriale constitue en quelque sorte une « carte de visite » à présenter aux conférencières et conférenciers invités. Ils et elles sauront à quoi s'attendre en matière de préparation et d'accompagnement pour l'événement.

En plus de définir la programmation, elle permet aussi de « trouver sa voix » : comment votre offre se distingue-t-elle de l'offre actuelle? Qu'est-ce que vous apportez de plus ou de différent? L'exercice vous permettra de trouver un message ou des manières de présenter et de promouvoir votre programmation afin de vous démarquer de l'offre existante.

Pour commencer, voyez le [gabarit pour rédiger une ligne éditoriale](#) proposé. Pour que l'exercice soit efficace, il est recommandé d'avoir préalablement identifié votre public cible et d'avoir analysé ses besoins (voir les sections « [Identifier son public cible](#) » et « [Analyser les besoins du public cible](#) »).

¹⁵ Wofford, 2019; Point d'Appui au Numérique Associatif PANA, s.d.

1.11 Sélectionner vos sujets¹⁶



Plus les sujets de vos webinaires sont en adéquation avec les besoins de votre public cible, plus vous augmentez vos chances d'avoir un taux de participation élevé. De là l'importance d'effectuer une analyse de besoins. Si vous cherchez à répondre aux besoins de différents publics, sélectionnez des sujets interdisciplinaires qui en intéresseront plusieurs.

Par ailleurs, nous vous encourageons aussi à surveiller les actualités scientifiques et les sujets couverts par les médias grand public. Inspirez-vous-en pour choisir vos sujets. Vous amplifierez probablement le taux de participation à vos webinaires. Cela pourrait aussi vous permettre d'identifier des besoins émergents ou urgents non recensés lors de l'analyse de besoins. À cet égard, un certain niveau d'agilité est nécessaire pour organiser et déployer des webinaires rapidement si la situation l'exige et au moment où le sujet est encore pertinent.

Demandez-vous également si les sujets envisagés sont alignés sur les critères d'excellence de la pratique de votre public ou sur les données probantes les plus à jour. S'il existe des répertoires de données probantes sur vos sujets d'intérêt, consultez-les. En santé publique, par exemple, on en compte plusieurs¹⁷.

Une multitude de sujets peuvent être intéressants. Toutefois, certains bénéficieraient plutôt de faire l'objet d'un autre moyen de transfert des connaissances ou de formation afin de répondre adéquatement aux besoins de votre public. Choisissez les sujets de votre programmation uniquement si le webinaire s'avère le meilleur moyen pour permettre au public de s'appropriier les connaissances dans le temps que vous lui consacrez. Sinon, considérez des activités complémentaires au webinaire ou encore, d'autres avenues de formation ou de transfert de connaissances (voir encadré « [Un webinaire seulement?](#) »).

¹⁶ Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Fadlemola et coll., 2019; Guevara, 2016; Bryson, 2020; Turkdogan et coll., 2021; Zoumenou & coll., 2015; Smith, 2020; Wofford, 2019; Yo et coll., 2021; Yost, Mackintosh, Read & Dobbins, 2016; Hennis & van Dam, 2021; Rose, Machanda, deVoss, O'Seadna & Seymour, 2021.

¹⁷ Institut national de santé publique. (s.d.). Données probantes. Repéré à <https://www.inspq.qc.ca/exercer-la-responsabilite-populationnelle/donnees-probantes>.

1.12 Trouver et rencontrer les conférencières et conférenciers pressentis¹⁸



Une fois la ligne éditoriale campée et vos sujets trouvés, vous pouvez commencer à identifier des conférencières et conférenciers potentiels. Consultez vos réseaux professionnels ; explorez du côté de la communauté scientifique que vous connaissez – dont vos collègues. Vous pouvez aussi faire une revue sommaire des chaires, centres et instituts de recherches ou départements universitaires pertinents pour trouver les perles rares.

Lorsque la liste des personnes pressenties est établie, contactez-les pour sonder leur intérêt, leur disponibilité et mieux connaître leurs travaux. Notez que les conférencières et conférenciers réputés dans un domaine sont souvent sollicités et qu'il faut s'y prendre parfois un an d'avance pour assurer leur participation. C'est d'autant plus vrai si ces personnes sont également reconnues pour leur talent oratoire. Nous vous suggérons de les inviter à une rencontre entre trois et six mois avant la date prévue du webinaire. Un délai de moins de trois mois est à proscrire, à moins de bien connaître la personne.

Ces brèves rencontres (téléphoniques, en personne ou en ligne) vous donneront l'occasion non seulement d'approfondir le sujet, mais aussi de saisir leur intérêt à présenter dans le format établi dans votre ligne éditoriale. Vous pouvez par ailleurs expliquer le processus, l'échéancier et l'accompagnement que vous offrez pour préparer la présentation.

Le choix de la personne qui parle est primordial. Les gens considérés experts dans leur domaine, qui ont de l'influence ou un rôle professionnel clé attireront davantage de participation. Toutefois, inviter la relève peut également s'avérer une bonne option, car cela permet de faire connaître des expertises récentes, de tisser de nouvelles relations professionnelles ou même d'insuffler des idées inédites.

Il est aussi intéressant d'inviter plus d'une personne, aux perspectives différentes, à présenter lors d'un webinaire ; par exemple, une chercheuse avec un patient partenaire, ou avec une professionnelle du terrain. Ainsi, on couvre différents angles du sujet, on l'ancre dans le concret, on donne la parole à ceux et celles qui l'ont rarement en recherche, entre autres choses. En plus d'enrichir un webinaire, un duo peut le rendre plus dynamique (voir section « [Enrichir l'expérience](#) »).

¹⁸ Bryson, 2020; Chiswell et coll., 2018; Guevara, 2016; Zoumenou et coll., 2015; Fadlemola et coll., 2019; Turkdogan et coll., 2021; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021.

1.13 Choisir votre plateforme pour tenir les webinaires¹⁹



Les plateformes pour tenir des webinaires sont nombreuses. De nouvelles plateformes s'ajoutent régulièrement, et celles qui existent depuis un moment continuent d'évoluer et de proposer de nouvelles fonctionnalités.

Aujourd'hui, l'offre est multiple, et propose notamment :

- Vidéoconférence
- Clavardage
- Émoticônes pour réagir
- Sous-groupes
- Sondages
- Tableau blanc pour le travail collaboratif
- Inscriptions intégrées.

Plusieurs plateformes offrent des périodes d'essai si vous voulez tester les options.

Finalement, il se peut que votre organisation préconise une plateforme et en exclue certaines. Informez-vous d'abord.

1.14 Inscriptions²⁰



Voici des éléments à considérer pour la gestion des inscriptions à vos webinaires, selon les exigences liées à votre programmation :

- Est-ce que votre plateforme de diffusion de webinaires offre l'inscription?
- Envisagez-vous d'utiliser un formulaire d'inscription ou de poser quelques questions à vos inscrits avant la tenue de l'événement (p. ex. : provenance, titre d'emploi ou affiliation professionnelle, autoévaluation ou prétest sur leur niveau de connaissance du sujet, questions à transmettre en amont aux conférenciers et conférencières, etc.)?
- Voulez-vous faciliter l'ajout de votre webinaire dans le calendrier virtuel des inscrits?

¹⁹ Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Li, 2014; Martin-Smith, McArdle, Carroll, Kelly, 2015; Reushle & Loch, 2008; Lieser, Taf & Murphy-Hagan, 2018; Yost, Mackintosh, Read & Dobbins, 2016; Zoumenou et coll., 2015; Topor & Budson, 2020; Point d'Appui au Numérique Associatif PANA, s.d.; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021; Université Laval, 2020.

²⁰ Fehrenbach, 2013; Guanci, 2010; Guevara, 2016; Zoumenou et coll., 2015; Chiswell et coll., 2018; Point d'Appui au Numérique Associatif PANA, s.d.

- Souhaitez-vous envoyer automatiquement des messages de rappel? Notez qu'on suggère habituellement d'envoyer des rappels une semaine, un jour et parfois même une heure avant le début de l'événement.
- Désirez-vous offrir l'inscription en bloc à plusieurs webinaires de votre programmation?

Attendez-vous à des absences parmi les inscrits, encore plus si les événements sont gratuits. Les rappels, l'ajout au calendrier et l'inscription en bloc contribuent à maximiser la participation.

Si la plateforme de diffusion ne permet pas l'inscription, vous devrez gérer autrement cet aspect logistique. Dans certains cas, une simple inscription par courriel suffira. Mais bien souvent, la gestion des inscriptions s'avère plutôt fastidieuse, selon le nombre de webinaires dans une programmation et l'engouement qu'ils suscitent. L'inscription d'une seule personne à un webinaire exige d'envoyer entre trois et sept messages en moyenne : informations de connexion, rappels de l'événement, remerciement pour sa participation, accusés de réception de formulaires (ex. prétest de connaissances ou évaluation de la satisfaction), etc. Sans mentionner les autres tâches administratives.

1.15 Créer votre programmation



Une fois les conférencières et conférenciers confirmés et les dates fixées, vous pouvez ébaucher la programmation finale.

Voici les éléments à mettre de l'avant :

- Les titres des webinaires
- Les dates et la plage horaire des événements
- Une courte biographie et une photo des personnes qui présentent
- Un résumé de chaque présentation
- La plateforme de diffusion des webinaires
- Les modalités et la plateforme d'inscription si elle diffère de la plateforme de diffusion
- Le lien vers la page Web de votre programmation, si vous en avez une.

1.16 Promotion²¹



Donnez envie à votre public de passer du temps avec vous. Si vous répondez à un besoin réel et que vous faites une promotion ciblée, vous augmentez la probabilité que les personnes visées s'inscrivent.

Identité visuelle

Si vous en avez les moyens, dotez-vous d'une identité visuelle (logo, style, couleurs, typographie, etc.). Vous l'utiliserez pour toutes vos communications : page Web, matériel promotionnel, formulaires d'inscription et d'évaluation, gabarit de présentation, etc. L'usage d'un ensemble d'éléments visuels cohérents sert à vous représenter, contribue à votre crédibilité, et surtout, permet au public de distinguer rapidement vos webinaires dans l'éventail d'offres existantes. Idéalement, développez cette identité visuelle avec un ou une designer graphique ou toute autre personne expérimentée en la matière.

Promouvoir la programmation complète et les webinaires individuellement

Consacrez autant d'efforts pour promouvoir votre programmation complète que chacun des webinaires.

La promotion de la programmation met en évidence sa richesse, participe à générer un engouement pour votre thème, en plus de vous positionner parmi toutes les activités offertes. Par ailleurs, une programmation annonce les événements des semaines, voire des mois, à l'avance. Les personnes intéressées ont alors l'occasion de les ajouter à leur calendrier avant qu'il soit rempli. Voir la section « [Créer votre programmation](#) » pour un rappel des éléments à inclure lors de sa promotion.

Il importe aussi de promouvoir chaque webinaire individuellement pour que les personnes intéressées à ce sujet spécifiquement puissent s'y inscrire. D'autant plus, si vous visez des publics quelque peu différents d'un webinaire à l'autre. Voici les éléments à inclure dans la promotion d'un webinaire :

- Titre
- Date et plage horaire
- Courte biographie et photo des personnes qui présentent. Si vous le jugez pertinent, vous pouvez aussi inclure la biographie et la photo de la personne qui anime l'activité.

²¹ Chiswell et coll., 2018; Elder Law Report 34, no 3 avril 2015: 8-8; Guevara, 2016; Hennis & van Dam, 2021; Turkdogan et coll., 2021; Yost, Mackintosh, Read & Dobbins, 2016; Zoumenou et coll., 2015; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021.

- Résumé de la présentation en quelques phrases évocatrices, public cible et objectifs d'apprentissage visés. Ces informations permettent de modérer les attentes quant au contenu.
- Plateforme de diffusion utilisée
- Modalités et lien (si requis) pour s'inscrire
- Nombre d'heures ou de crédits de formation continue pour la participation à l'activité, si offerts
- Mention concernant l'enregistrement et la rediffusion du webinaire, si pertinent
- Toute documentation complémentaire au webinaire. Par exemple, si vous fournissez quelques lectures préalables pour les personnes voulant se familiariser avec le sujet.
- Lien vers votre page Web, si vous en avez une. Le cas échéant, limitez la quantité d'informations incluses dans votre matériel promotionnel (affiche, courriel, ...); dirigez plutôt votre public vers votre page.

Page Web pour votre programmation

Si possible, ayez une page Web dédiée à réunir toute l'information pertinente sur votre programmation et sur chacun de vos webinaires. En plus des contenus qui servent à la promotion de vos activités, vous pourrez y déposer :

- Un bref texte qui résume la ligne éditoriale de votre programmation
- Le calendrier de votre programmation annuelle/saisonnière
- Les enregistrements de vos webinaires (ou les liens vers ceux-ci)
- Tous documents supplémentaires aux webinaires (lectures préalables, produits de transfert de connaissances, résumé écrit des échanges de type questions-réponses, etc.)
- Un rappel des instructions et du lien (si requis) pour s'inscrire et participer
- Le lien vers le sondage d'appréciation de chaque activité
- Les informations pour obtenir des crédits/unités de formation continue ou une attestation de participation, si offerts
- Des nouvelles sur le thème abordé par la programmation
- Un moyen de vous contacter, pour les personnes qui auraient des questions ou commentaires en lien avec la programmation.

Discutez des options qui s'offrent à vous avec les responsables du site Web de votre organisation.

Canaux de communication

Bien connaître votre public permettra de mieux cibler votre promotion. Par exemple, si vous cherchez à atteindre un public professionnel, réfléchissez-y bien avant de publier sur des réseaux sociaux grand public. Vous risquez d'attirer des néophytes qui pourraient trouver le sujet trop pointu et poser des questions considérées évidentes pour des gens du métier. Pour une promotion plus ciblée, mieux vaut consacrer vos efforts sur des canaux de communication qui atteignent les personnes souhaitées : tables de concertation, communautés de pratique, infolettres, listes de diffusion par courriel, sites Web de partenaires, réseaux sociaux dédiés à leur domaine professionnel, etc.

Planifiez une rencontre avec le service des communications de votre établissement qui vous guidera vers les canaux adéquats, dont certains sont bien implantés pour atteindre votre public. Profitez de cette rencontre pour noter le calendrier des événements de votre organisation et vous arrimer à celui-ci.

D'autres personnes peuvent être vos alliées dans la promotion : les conférencières et conférenciers invités, les membres du comité consultatif, vos collègues, des partenaires, les leaders dans le domaine, etc. Ils et elles connaissent vraisemblablement le public susceptible de s'intéresser au sujet de votre webinaire et pourront relayer votre invitation à s'y inscrire, surtout si vous le leur demandez explicitement. Dressez une liste des personnes clés qui pourront diffuser votre matériel promotionnel de manière efficace.

Notez que, malgré la pertinence de votre webinaire et la meilleure des promotions, des facteurs sur lesquels vous avez peu de contrôle peuvent nuire à la participation, comme des événements concurrents, des urgences, et l'impossibilité de se libérer. Inévitablement, certaines personnes inscrites ne seront pas au rendez-vous.

1.17 L'importance d'une procédure, d'un échéancier ou d'une liste de tâches²²



Pour développer une programmation et un webinaire, [une procédure](#) est un outil salulaire. En effet, ce projet comporte différentes tâches, certaines portées par plusieurs personnes, devant être réalisées selon une séquence et un échéancier.

Que ce soit sous forme de procédure précise et étayée ou minimalement d'une liste à cocher, ce type d'outil a plusieurs avantages :

- Offre une vue d'ensemble du projet et informe de ce qu'il y a à faire avant, pendant et après le webinaire avec les dates-clés.
- Explicite l'attribution des tâches aux différentes personnes, si vous travaillez en équipe.
- Permet d'ajouter des liens vers d'autres outils ou documents de référence
- Standardise votre processus et facilite la délégation de certaines tâches, voire de la mise en œuvre de la programmation au complet, si la situation le demandait.

Pour vous inspirer, nous vous proposons [une procédure](#) pour une programmation de webinaires et un seul webinaire.

²² Black, Clauson et Fraser, 2013; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Chiswell et coll., 2018; Cunningham, Elmer, Rüegg, Kagelmann, Ricki & Binhammer, 2021; Fadlemola et coll., 2019; Hennis & van Dam, 2021; Lieser, Taf & Murphy-Hagan, 2018; Topor & Budson, 2020; Turkdogan et coll., 2021; Apolitical 2022 b; Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, 2014; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021.

2 ENRICHIR L'EXPÉRIENCE : BONNES PRATIQUES POUR ORGANISER UN WEBINAIRE DE QUALITÉ

DANS CETTE SECTION :

- Aspects pédagogiques
- Objectifs d'apprentissage et contenu
- Interaction et engagement
- Présenter avec énergie et confiance
- Notes sur les diapositives
- Différents rôles pendant la tenue du webinaire
- Technologie et technique : éviter les embûches
- De l'information avant le webinaire
- De l'information après le webinaire
- L'évaluation : un effort payant pour l'amélioration continue

S'il est facile d'organiser une réunion virtuelle et d'élaborer des diapositives, mettre en œuvre un **bon webinaire** demande un peu plus de préparation. Heureusement, les connaissances issues des écrits scientifiques, des guides et des savoirs d'expérience de professionnelles et professionnels aguerris nous informent sur les bonnes pratiques à adopter.

Il n'est pas nécessaire de toutes les appliquer, mais vous pouvez vous en inspirer pour enrichir votre offre et attirer le public souhaité aux rendez-vous.

2.1 Aspects pédagogiques²³



Un webinaire est une occasion pour les personnes participantes d'en apprendre davantage sur un sujet qui les intéresse et ultimement, d'utiliser les connaissances nouvellement acquises dans leur vie personnelle ou professionnelle. Pour favoriser l'appropriation des connaissances, il faut formuler des objectifs d'apprentissage adéquats et choisir avec soin les méthodes pédagogiques qui nous permettront de les atteindre.

La recherche socioconstructiviste nous offre plusieurs avenues pour améliorer l'appropriation des connaissances.

²³ Basaran et Yalman, 2020; Buxton, Burns et De Muth, 2012; Li, 2014; Lieser, Taf & Murphy-Hagan, 2018; Luo, Geng, Pei, Chen & Zou, 2021; Martin-Smith, McArdle, Carroll, Kelly, 2015; Nakanishi et coll., 2021; Power & St-Jacques, 2014; Reushle & Loch, 2008; Rivard & Lauzier, 2013; Smith, 2020; Wang & Hsu, 2008; Yo et coll., 2021; Zoumenou et coll., 2015; Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, 2014; Polytechnique Montréal, s.d.; UNICEF, s.d.; Université de Montréal, s.d. a; Université de Montréal, s.d. b.; De Chamberet, Hélène, 2020; Université Laval, 2020.

Qu'est-ce que le socioconstructivisme?

Mis de l'avant par le psychologue Lev Vygotsky, le socioconstructivisme postule que les individus participent activement à leurs apprentissages, et ce, dans un contexte social et culturel. Cette posture pédagogique est à l'origine de l'approche par compétences pour le développement professionnel continu des adultes. Elle est aussi celle préconisée actuellement par le ministère de l'Éducation du Québec.

L'individu apprenant n'est pas un réceptacle passif dans lequel on peut déposer du savoir en espérant que le tout va s'intégrer automatiquement. Il s'agit tout d'abord d'une personne avec ses objectifs et motivations propres qui doit s'engager dans son apprentissage. Riche de son bagage d'expériences, de connaissances et de croyances, un adulte a besoin d'interagir à la fois avec les contenus et avec d'autres personnes pour intégrer le savoir.

L'interaction et le niveau d'**engagement** des participants et participantes constituent des éléments-clés pour un webinaire réussi. La section « [Interaction et engagement](#) » porte spécifiquement sur le sujet.

En outre, la littérature propose d'autres conditions gagnantes concernant les aspects pédagogiques.

Le sentiment de communauté en fait partie. L'adulte aime partager et apprendre au sein d'un groupe. Le climat d'une activité d'apprentissage doit générer le sentiment d'appartenir à un groupe ou à une communauté. Car ce sentiment encourage la participation active et libre de toutes et tous. À défaut d'offrir une présence physique, assurez-vous que votre webinaire crée un rapport humain – offrez plus qu'une tête dans un écran. Réfléchissez aux liens que vous souhaitez établir avec votre public et entre les participants et participantes. Planifiez des activités stimulant les interactions en ce sens, par exemple, une discussion dirigée entre les membres du public.

La répétition est aussi une clé pour favoriser la rétention des connaissances. Par exemple, une bonne pratique consiste à énumérer les messages clés au début et de les rappeler en fin de conférence. Des activités qui encouragent la participation active de l'auditoire, plutôt que l'écoute passive, peuvent servir à cette fin, comme un jeu-questionnaire portant sur le contenu présenté.

En outre, les objectifs et le contenu d'une activité doivent bien répondre aux besoins et au vécu de l'adulte apprenant. En effet, une personne apprend lorsqu'elle considère **le sujet utile et les informations présentées crédibles**. Il ne suffit pas de prouver la force scientifique des connaissances, il faut aussi expliquer comment ce nouveau savoir est utile concrètement pour la personne qui les reçoit. Les webinaires étant souvent donnés par des spécialistes dans le domaine, le public fait généralement confiance à la crédibilité des connaissances présentées.

Ainsi, vous devrez investir plus d'efforts pour démontrer comment ces connaissances peuvent être utiles aux personnes qui assistent au webinaire et comment elles peuvent les mettre en application dans leur pratique.

Situez les connaissances dans le contexte de votre public. La présentation de cas réels ou l'utilisation de mises en situation probables (p. ex. : [vignettes cliniques](#)²⁴) s'avère une avenue intéressante à considérer. Une autre option est d'avoir un duo de conférenciers ou conférencières aux profils complémentaires; une personne experte présente les contenus scientifiques, tandis que l'autre témoigne de l'ancrage de ces connaissances dans son contexte. Cette personne peut être une patiente partenaire ou un professionnel discutant de sa pratique, pour ne donner que deux exemples.

En résumé, assurez-vous que vos webinaires créent un espace où les gens se rencontrent pour en apprendre davantage des conférenciers et conférencières, mais aussi de leurs pairs et paires. De plus, incluez des activités interactives qui favorisent la compréhension, la rétention et ultimement, l'appropriation des connaissances.

2.2 Au-delà des diapositives... les objectifs d'apprentissage et le contenu²⁵

Objectifs d'apprentissage



Les objectifs d'apprentissage déterminent les connaissances que votre public doit acquérir ou les compétences qu'il doit développer en participant à votre webinaire.

La sélection et l'organisation du contenu du webinaire, le choix et la planification des méthodes technopédagogiques, de même que l'adoption d'une stratégie d'évaluation, découlent tous des objectifs d'apprentissage poursuivis.

Voici quelques éléments qui vous aideront à accompagner vos conférenciers et conférencières dans la formulation d'objectifs d'apprentissage, et qui pourront se retrouver aussi dans votre [ligne éditoriale](#) :

²⁴ Consortium national de formation en santé. (2020). Vignette clinique description, repéré à https://formation.cnfs.ca/assets/atelierscnfs/adopter-des-strategies-gagnantes/assets/pdf/outil/Vignette_clinique_Description.pdf

²⁵ Anderson et Karthwohl, 2001; Borgerson et Dino, 2012; Brasili & Allen, 2019; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Cunningham, Elmer, Rüegg, Kagelmann, Ricki & Binhammer, 2021; Lafuente, 2017; Luo, Geng, Pei, Chen & Zou, 2021; Power & St-Jacques, 2014; Radovan & Perdihi, 2016; Reushle & Loch, 2008; Topor & Budson, 2020; Wang & Hsu, 2008; Yost, Mackintosh, Read & Dobbins, 2016; Zoumenou et coll., 2015 Hennis & van Dam, 2021; Apolitical 2022 b; Center for Disease Control, 2021; Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, 2014; GRAINE Guyane, 2017; Les propulseurs, 2013; Polytechnique Montréal, s.d.; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021; UNICEF, s.d.; Université de la Polynésie Française, s.d.; Université de Montréal, s.d. a; Université de Montréal, s.d. b.

- Pensez le webinaire, non pas uniquement comme un moyen de diffusion des connaissances, mais également comme un moyen d'apprentissage. Mettez-vous dans la perspective du public : Que va-t-il apprendre et découvrir? Que sera-t-il capable de faire au terme du webinaire?
- Déterminez trois à cinq objectifs d'apprentissage; rédigez-les à l'aide de verbes d'action à l'infinitif, de façon claire et concise. Les objectifs doivent décrire des actions (ou des comportements) facilement observables et mesurables.
- Dans une approche réflexive, prenez le temps d'explorer avec le conférencier ou la conférencière les contenus prioritaires que vous souhaitez que le public retienne et utilise ultimement.
 - Ayez le contenu de la présentation autour des objectifs d'apprentissage.
 - Prévoyez la durée de chaque partie de la présentation de sorte qu'elle soit représentative de l'importance accordée à chaque objectif.
- Dégagez quelques messages clés qui résument les principaux contenus que votre public doit retenir. Ils peuvent être présentés en début et/ou en fin de webinaire. S'il s'avère difficile de limiter le nombre de messages clés, il peut être utile de faire un [exercice de classement entre le « nécessaire de savoir » et le « bon à savoir »](#)²⁶.
- Dans un webinaire d'une heure, on n'arrivera pas à offrir un cours entier sur un sujet. Il faut plutôt chercher à présenter les contenus les plus pertinents et à susciter suffisamment l'intérêt du public pour qu'il poursuive l'exploration du sujet par lui-même ultérieurement. Le conférencier ou la conférencière peut lui proposer des ressources supplémentaires à cette fin.

Au début du webinaire, précisez clairement les objectifs visés. Votre auditoire saura à quoi s'attendre en matière d'apprentissages à réaliser, d'actions à accomplir ou de performances à atteindre. En outre, il pourra suivre plus facilement le déroulement de la présentation.

Surtout, énoncez des objectifs réalistes et cohérents avec l'activité que vous planifiez déployer! Il est irréaliste de s'attendre à un changement profond des pratiques par le biais d'un seul webinaire d'une heure. Il faut en tenir compte en développant les objectifs d'apprentissage. On s'attendra plutôt à informer ou sensibiliser le public à un sujet dans le cadre d'un webinaire unique. Si vous souhaitez des changements plus profonds, visez une stratégie plus complète de transfert de connaissances ou de développement des compétences (voir l'encadré « [Un webinaire seulement?](#) »).

²⁶ E-learning Heroes. (s.d.). The Dos and Don'ts of Separating Need-to-Know from Nice-to-Know, E-learning Heroes, États-Unis, <https://community.articulate.com/articles/the-dos-and-don-ts-of-separating-need-to-know-from-nice-to-know>

La taxonomie de Bloom révisée, un bon outil pour écrire des objectifs d'apprentissages

Une taxonomie peut vous soutenir dans la rédaction d'objectifs appropriés au domaine et au niveau d'apprentissages que votre public doit atteindre. Il existe plusieurs taxonomies. Celle du pédagogue et psychologue Benjamin Bloom est l'une des plus connues.

De nos jours, la majorité des auteurs et autrices font habituellement référence à la taxonomie de Bloom révisée en 2001 par Anderson et Krathwohl²⁷. Cette dernière s'inspire de l'approche par compétences. Par conséquent, elle est davantage adaptée au domaine des apprentissages pratiques qui combinent des habiletés des domaines cognitif, moteur et psychoaffectif, entre autres.

La taxonomie de Bloom révisée classe des objectifs d'apprentissage en six catégories d'habiletés (ou compétences), hiérarchisés en autant de niveaux, selon le degré de complexité pour les acquérir ou les développer. Allant du niveau le plus simple au plus complexe : connaître (ou mémoriser), comprendre, appliquer, analyser, évaluer, créer. Une liste de verbes d'action est associée à chaque niveau pour faciliter la formulation des objectifs.

Ainsi, grâce à un schéma (figure 1), on peut rédiger des objectifs en phase avec le niveau qu'on souhaite et surtout, qu'on peut atteindre avec notre activité de transferts de connaissance ou de formation. Généralement, avec un webinaire seul, on peut aspirer atteindre les niveaux les moins complexes (mémoriser, comprendre).

Par exemple, si l'on vise la **compréhension** d'un enjeu, on pourrait écrire un objectif d'apprentissage en utilisant l'un des verbes associés à ce niveau, comme le verbe **expliquer** : « Expliquez les principaux effets des changements climatiques sur la santé des personnes âgées. »

²⁷ Anderson, L.W., & Krathwohl Eds.. 2001. A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives. New York: Longman.

Tableau 1 Schéma de la Taxonomie de Bloom révisée²⁸

	1. Se rappeler	2. Comprendre	3. Appliquer	4. Analyser	5. Évaluer	6. Créer
Niveaux	Se souvenir de ce qu'on a déjà appris (principalement des faits).	Dégager le sens d'une information (orale, écrite ou graphique).	Utiliser ce qu'on a appris pour s'acquitter d'une tâche, familière ou non.	Décomposer les parties constitutives d'un tout (système, ensemble, problème, etc.) et déterminer, de façon logique et organisée, les liens qui unissent ces parties entre elles et avec le tout.	Énoncer un raisonnement sur la valeur, la pertinence ou l'aspect éthique des choses en se basant sur des critères ou des standards appropriés.	Assembler des éléments pour former un tout nouveau et cohérent.
Exemples de verbes	Associer Citer Choisir la bonne réponse Décrire, définir Énumérer Identifier, indiquer Nommer Ordonner Réciter, répéter Sélectionner	Convertir Démontrer, différencier, dire dans ses mots Expliquer Exprimer Faire une analogie Généraliser Interpréter Paraphraser, prédire Reformuler, représenter	Administrer, appliquer Calculer, construire, Déterminer Employer, établir Formuler, fournir Manipuler, mesurer, modifier, montrer Opérer Traiter, trouver Utiliser	Cibler, contraster, critiquer Découper, délimiter, discriminer Examiner Faire corrélér, faire ressortir Mettre en priorité, mettre en relation, morceler Organiser, opposer Questionner	Apprécier, argumenter, attaquer Choisir, conclure, critiquer Défendre, déterminer Estimer, évaluer Juger, justifier Soutenir	Adapter, anticiper Composer, concevoir, construire, créer Développer Écrire, exposer Incorporer, intégrer Organiser Préparer, proposer Rédiger Structurer, synthétiser

Partage et approfondissement

Même si la présentation magistrale est le format le plus usuel dans les webinaires, il y a d'autres manières de présenter et de faire vivre le contenu. Voici quelques suggestions :

- Démontrer concrètement l'utilité des connaissances scientifiques pour la pratique, par exemple, en les transposant dans des situations professionnelles types pour votre public cible;
- Inclure des partages d'expérience, par le biais de récits;
- Ajouter une activité qui sollicite l'engagement des participants et participantes : jeu-questionnaire, sondage, carte mentale, vignette clinique, étude de cas, etc.;

²⁸ Inspiré de : Université de Montréal (s.d.). Exemples - Taxonomies. Repéré à https://cpu.umontreal.ca/fileadmin/cpu/documents/planification/exemplesTaxonomies_CPU.docx

- Présenter en binôme ou en panel, et inciter le public à intervenir. Ceci donne l'occasion de mettre les nouveaux savoirs en contexte et laisse la place à l'échange constructif dans le groupe. Des retours réflexifs efficaces en temps réel contribuent aussi à approfondir les connaissances.

Vous trouverez plus d'idées dans d'autres sections de ce guide.

2.3 Interaction et engagement

Pourquoi?²⁹



Votre webinaire peut être intéressant même s'il n'inclut pas d'interaction. Ce peut être une excellente allocution scientifique ou pratique. Toutefois, pour conserver l'attention de votre public, et susciter son engagement, il est préférable de limiter la quantité de contenus à transmettre et d'utiliser des activités favorisant les interactions.

Vouloir transmettre trop d'information risque d'étourdir votre auditoire, qui aura du mal à tout saisir et retenir, ce qui finira par l'ennuyer. Un public amorphe et ennuyé sera plus porté à faire autre chose ou tout simplement se perdre dans ses pensées. Le temps consacré à tenir des activités interactives n'est donc pas du temps perdu.

Comment s'y prendre?³⁰



Plusieurs degrés d'interaction sont possibles – allant de la simple interaction de type question-réponse à des activités d'apprentissage par les paires et pairs, par exemple.

Le premier élément à considérer est le nombre de personnes inscrites ou présentes au webinaire. En effet, si une vingtaine de personnes assistent à votre événement, vous pouvez organiser des exercices en sous-groupes. Mais si vous attendez plus d'une centaine de personnes, planifiez plutôt des interactions adaptées comme des sondages, des jeux-questionnaires, et une/plusieurs périodes de questions via la boîte de clavardage.

²⁹ Li, 2014; Yo et coll., 2021; Zoumenou et coll., 2015; Luo, Geng, Pei, Chen & Zou, 2021; Nakanishi et coll., 2021; Silverman, 2020; Wang & Hsu, 2008; Polytechnique Montréal, s.d.; Rose, Machanda, deVoss, O'Seadna & Seymour, 2021; Université de la Polynésie Française, s.d.; Université de Montréal, s.d. a; Université de Montréal, s.d. b; De Chamberet, Hélène, 2020.; Université Laval, 2020.

³⁰ Basaran et Yalman, 2020; Borgerson et Dino, 2012; Brasili & Allen, 2019; Bross, Beck, Leffler, 2011; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Chiswell et coll., 2018; Cunningham, Elmer, Rüegg, Kagelmann, Ricki & Binhammer, 2021; Elder Law Report 34, no 3 avril 2015: 8-8; Guanci, 2010; Grech & Grech, 2021; Hennis & van Dam, 2021; Lee, 2010; Li, 2014; Lieser, Taf & Murphy-Hagan, 2018; Lucey, 2018; Luo, Geng, Pei, Chen & Zou, 2021; Martin-Smith, McArdle, Carroll, Kelly, 2015; Nakanishi et coll., 2021; Power & St-Jacques, 2014; Reushle & Loch, 2008; Silverman, 2020; Smith, 2020; Topor & Budson, 2020; Turkdogan et coll., 2021; Wang & Hsu, 2008; Wofford, 2019; Yo et coll., 2021; Yost, Mackintosh, Read & Dobbins, 2016; Zoumenou et coll., 2015; Apolitical, 2022 a; Apolitical, 2022 b; Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, 2014; GRAINE Guyane, 2017; Point d'Appui au Numérique Associatif PANA, s.d.; Polytechnique Montréal, s.d.; Rose, Machanda, deVoss, O'Seadna & Seymour, 2021; UNICEF, s.d.; Université de la Polynésie Française, s.d.; Université de Montréal, s.d. a; Université de Montréal, s.d. b.; De Chamberet, Hélène, 2020.; Université Laval, 2020.

Il faut trouver un équilibre entre le temps d'interaction et les moments de présentation magistrale. Le temps dédié à l'interaction doit être soigneusement calculé, en sachant que pour certaines activités interactives, il faut en prévoir pour expliquer le fonctionnement, pour l'activité en soi et pour faire un retour sur celle-ci. Si le temps imparti au webinaire est restreint, tournez-vous préférentiellement vers les outils déjà intégrés à la plateforme virtuelle, ils se déploieront plus rapidement. Voir la section « [Sondages, jeux-questionnaires et autres outils d'animation](#) ».

En comité consultatif, inventoriez les activités interactives que vous avez vues dans d'autres webinaires et que vous avez aimées. Si les idées vous manquent, inscrivez-vous à quelques webinaires provenant d'organismes différents du vôtre pour trouver l'inspiration. Faites appel au soutien d'experts et expertes en animation, en transfert des connaissances et en technopédagogie, si vous avez accès à de telles ressources. Explorez et essayez différents outils pour en évaluer la facilité d'utilisation et afin de considérer leur apport potentiel à l'apprentissage.

Se prêter au jeu du webinaire

En tant qu'animateur, animatrice ou conférencier, conférencière, vous présentez un sujet qui vous passionne et cela peut être un atout pour créer un lien avec votre public.

Adoptez une attitude ouverte et curieuse envers les interventions des personnes présentes et encouragez les échanges. Non seulement votre attitude suscitera l'attention de l'auditoire, mais elle rendra l'interaction plus facile et moins intimidante. Pour qu'une conversation s'ouvre entre vous et le public, il doit savoir que vous souhaitez l'entendre et que ses contributions sont intéressantes, qu'elles apportent à la réflexion. Accueillez les réactions et répondez-y.

Briser la glace

Il est facile d'accueillir le public et d'humaniser l'expérience dès le début d'un webinaire. Essayez ces quelques trucs pour briser la glace :

- Dire bonjour aux personnes à leur arrivée, en les nommant si possible
- Les inviter à garder leurs caméras ouvertes si la bande passante le permet
- Les inviter à bonifier leur identifiant ou à s'identifier dans le fil de clavardage (nom, prénom, organisation, pronoms, etc.)
- Si le groupe est restreint, faire un tour de table virtuel pour que les personnes se présentent, mentionnent ce qu'elles attendent du webinaire, etc.
- Lancer un sondage sur une question pertinente au webinaire

L'important est d'ouvrir le webinaire avec un contact humain chaleureux, ce qui donnera le ton pour le reste de l'activité.

L'ouverture de la rencontre peut aussi être une bonne occasion de sonder le niveau de connaissance du public sur le sujet de votre webinaire, d'autant plus si cela n'a pas pu être fait lors de l'inscription. Dans ce cas, une certaine agilité sera nécessaire de la part de la personne qui présente pour adapter en temps réel sa présentation aux besoins du public.

Une communication bidirectionnelle constante

Au lieu de la formule classique avec présentation magistrale suivie d'une période d'échange à la fin, il est possible de mettre sur pied une formule plus conversationnelle. Voici quelques idées :

- Susciter la participation en posant des questions à l'auditoire
- Utiliser des outils d'animation (p. ex. : sondage, jeu-questionnaire, tableau blanc)
- Inviter les participants et participantes à réagir à la présentation en temps réel avec les émoticônes offerts sur plusieurs plateformes virtuelles.
- Rester disponible en tant que conférencier ou conférencière pour recevoir les interventions du public et y répondre.

Des questions et des réponses

Les interactions du type questions-réponses, entre la ou les personnes qui présentent et celles de l'auditoire, demandent peu de préparation, d'où leur usage fréquent dans les webinaires.

- Les personnes participantes posent des questions de vive voix, par le biais d'une boîte de clavardage ou d'un module dédié.
- Elles interviennent seulement à la fin ou tout au long du webinaire.
- Si vous l'avez prévu, elles peuvent soumettre une question avant la rencontre dans le formulaire d'inscription.

Sinon, vous pouvez susciter la discussion en posant vous-même des questions à votre public. Ces questions ponctueront la présentation à certains moments clés, pendant les transitions de sujet ou aux 10 minutes, par exemple. Elles peuvent aussi démarrer la période d'échanges à la fin de la présentation. Assurez-vous dans ce cas de prévoir assez de temps pour les échanges et de le respecter. Bien souvent, la présentation magistrale empiète sur le temps prévu pour l'interaction.

Apprentissage par les pairs et paires

Vous pouvez miser sur les interactions entre les personnes participantes. Préparez des questions et des activités pour dégourdir le public, l'amener à exprimer ses réflexions, à échanger avec les autres ou même à apprendre de ses pairs et paires. La planification des activités doit se faire avec le conférencier ou la conférencière. Votre comité consultatif peut aussi y contribuer.

Par exemple, demandez aux personnes du public de commenter la présentation ou de partager leurs expériences et leurs expertises. Faites-les travailler en sous-groupes pour énoncer des propositions : pistes d'action, éventuelles collaborations, changements possibles dans leur pratique ou leur organisation, aspects à évaluer ou à approfondir, etc.

Outre les échanges entre participantes et participants, vous pourriez songer à inviter une personne dont le rôle sera de commenter la présentation. Dans ce cas, on choisira quelqu'un qui a un contact particulier avec son contenu. Par exemple, une personne qui exerce la même profession que votre public cible et qui discutera de l'application des nouvelles connaissances dans la pratique. Ou alors, une personne qui a participé à la recherche présentée. Ou encore, une personne directement affectée par le sujet. Les interventions de cette personne doivent, en quelque sorte, fournir les clés au public pour interpréter et appliquer les connaissances exposées.

Par ailleurs, ne négligez pas l'importance du messager. Un message est souvent mieux reçu quand il est porté par un pair ou une paire – ça aide à convaincre de la validité et de l'utilité de l'information.

Sondages, jeux-questionnaires et autres outils d'animation

Certains outils sont directement intégrés dans la plateforme de webinaire; d'autres peuvent être utilisés en complément – en faisant un partage des liens dans le clavardage ou un partage d'écran. Ces outils sont pratiques pour dynamiser votre webinaire, mais ils permettent aussi d'approfondir les apprentissages.

Les sondages servent notamment à **capter les opinions et les perceptions** de votre public sur le sujet présenté, afin d'animer des discussions autour de celles-ci par la suite. Ils peuvent amener les gens à réfléchir à leurs apprentissages en posant des questions comme :

- Quel message clé avez-vous retenu? Lequel partageriez-vous avec des collègues?
- Comment pouvez-vous utiliser ces nouvelles connaissances dans votre pratique? Vous permettent-elles de voir votre pratique autrement? Comment?
- Qu'allez-vous commencer à faire? Faire différemment? Arrêter de faire?

Si le temps vous manque, vous pouvez formuler certaines questions avec des choix de réponse. L'analyse des résultats sera plus facile et rapide.

Les jeux-questionnaires peuvent servir pour une **évaluation formative**³¹ sur le contenu du webinaire. Le cas échéant, ils sont utilisés pour mesurer le niveau de connaissance des

³¹ Une évaluation formative vise principalement à vérifier si la personne a bien appris le contenu et non pas à lui donner une note.

participantes et participants; que ce soit au début du webinaire, tout au long de celui-ci (lors de la transition entre deux sections, par exemple) ou à la fin, pour jauger les apprentissages réalisés. En plus de dynamiser la présentation et de favoriser la rétention des nouvelles connaissances, ils permettent aussi d'ajuster le webinaire en approfondissant certaines notions moins bien comprises. Évidemment, il faut prévoir du temps pour cet approfondissement durant l'activité.

D'autres outils existent. Testez certains de ces outils entre collègues pour juger de leur pertinence et de leur apport potentiel aux objectifs d'apprentissage de votre webinaire. Voici quelques exemples :

- **Le tableau blanc numérique** : À l'instar des tableaux en présentiel, le tableau blanc s'avère utile pour présenter visuellement, et en temps réel, des notions ou idées complexes au groupe. En permettant la prise de note collective et simultanée, il facilite aussi le travail collaboratif, lors d'un remue-méninge en sous-groupe, par exemple.
- **La carte mentale (*mindmap*)** : Cet outil aide à organiser des connaissances et des idées de manière intuitive, autour d'un sujet central, dans un schéma à la fois attrayant, simple à lire et plus facile à mémoriser. En plus de dynamiser le travail collaboratif, la carte mentale soutient l'analyse et la synthèse de l'information, ainsi que la génération de nouvelles idées.
- **Le nuage de mots** : Construit à partir des mots proposés par votre public, cette représentation visuelle met en lumière les termes récurrents qui caractérisent un sujet. Le nuage de mots permet ainsi d'établir des points de convergence.
- **Les plateformes web d'apprentissage de type « simulation »**, où sont testées des pratiques dans un environnement virtuel; comme une intervention psychosociale auprès d'une personne usagère virtuelle, par exemple.

Il n'y a pas vraiment de limites aux possibilités. Explorez et testez-en quelques-unes. Il suffit de s'assurer que l'activité serve le contenu et ait le potentiel d'améliorer l'appropriation des connaissances.

Vous pouvez aussi proposer à votre public des outils pour **prendre des notes** pendant le webinaire. Par exemple, un document à remplir ou une plateforme à laquelle tous et toutes peuvent contribuer, comme un [wiki](#). Sous la modalité d'une prise de notes dirigée, les participantes et participants sont doucement orientés vers les objectifs du webinaire, en plus d'être actifs dans leurs apprentissages.

Dans tous les cas, testez les outils d'avance pour être à l'aise avec leur fonctionnement au moment du webinaire.

2.4 Présenter avec énergie et confiance³²



Que vous soyez la personne qui anime ou celle qui présente, vous devrez faire preuve d'un certain savoir-faire et savoir-être pour gagner et maintenir l'attention de votre auditoire. D'autant plus en contexte de webinaire, où votre public participe à distance (en virtuel), alors que les sources de dérangement sont multiples : notifications de réseaux sociaux, courriels, interruptions par un proche, livraison de colis, etc. Un moyen d'y parvenir consiste à présenter avec énergie et confiance. Quelques pistes sont suggérées pour vous aider.

Organisation et préparation

- Maîtrisez bien le déroulement du webinaire : l'enchaînement des différentes méthodes pédagogiques (présentation magistrale, activités interactives, période d'échanges, etc.) et de vos interventions à chacun de ces moments.
- Pratiquez-vous quelques jours et aussi quelques minutes avant le début du webinaire.
- Répétez votre présentation à voix haute. Au besoin, enregistrez-vous et écoutez votre performance.
- Minutez-vous pour vous assurer de respecter la durée prévue pour votre intervention.
- Employez un vocabulaire que votre public comprendra, et formulez des phrases concises et percutantes.
- Travaillez vos messages clés et gardez les en tête tout au long de la présentation.

Une bonne préparation vous permettra d'ajuster ce qui fonctionne moins bien avant le jour J. Vous gagnerez en confiance et possiblement en fluidité.

Image projetée

- Soignez votre posture, même si vous êtes en position assise.
- Souriez.
- Regardez la caméra le plus possible, et non pas votre présentation à l'écran.

Ces quelques conseils vous permettront de connecter avec votre auditoire, comme vous le feriez en présentiel, et de créer un climat positif et plaisant.

³² Fehrenbach, 2013; Guanci, 2010; Lee, 2010; Silverman, 2020; Topor & Budson, 2020; Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, 2014; Les propulseurs, 2013; Roger, 2018; Université de Montréal, s.d. b.

Élocution

- Contrôlez le ton de votre voix; parlez avec force, énergie et confiance.
- Parlez plus lentement.
- Articulez.
- Respirez!

Avec le stress, on a parfois tendance à parler plus vite qu'à l'habitude, à moins bien articuler. Votre auditoire doit entendre et comprendre tout ce que vous dites pour rester attentif à votre propos.

Rythme de la présentation

Si vous êtes à l'aise de présenter, vous êtes probablement en contrôle de votre image et de votre élocution. Mais avez-vous l'habitude de jouer avec le rythme afin de casser la monotonie de votre allocution? C'est le secret des meilleurs orateurs et oratrices.

- Modulez votre intonation et votre débit pour mettre l'accent sur vos propos essentiels.
- Faites des pauses; osez les silences. Par exemple, marquez un temps d'arrêt plus long à la fin d'un énoncé important. Ainsi, vous donnerez l'occasion à votre auditoire d'intégrer ces nouvelles informations et d'y réfléchir consciemment.
- Répétez les messages clés.

Maintenir l'attention de l'auditoire sur une longue période représente un défi. Prenez pour acquis que votre public n'est attentif qu'une partie de votre présentation et que sur cette partie, il n'en retiendra bien peu. D'où l'importance d'essayer de faire en sorte qu'il soit suspendu à vos lèvres, dans l'attente de ce que vous direz ensuite.

Conversation ≠ lecture

- Ne lisez pas. Essayez plutôt de parler comme vous le feriez lors d'une conversation.

Les gens ont davantage l'habitude d'écouter, de rester concentré, et de se rappeler d'informations lors d'une conversation que lorsqu'une personne fait la lecture. Tentez de donner l'impression à votre public que vous vous adressez à chacun d'eux et d'elles individuellement.

Vous croyez en la pertinence de votre activité ou alors, vous êtes le spécialiste d'un contenu qui vous passionne vraisemblablement. Cet enthousiasme doit se traduire tant dans votre expression orale que dans votre comportement non verbal. Il se transmettra à votre public qui sera plus attentif à votre intervention.

2.5 Qu'en est-il des diapositives?³³



On y vient finalement, les diapositives ! Support visuel le plus commun dans les webinaires, elles permettent aux personnes participantes de recevoir le contenu autrement que par la parole. Toutefois, il faut s'assurer que celles-ci servent à la compréhension du contenu et non pas de béquille ou de carnet de notes pour votre présentation. Et surtout, ne chargez pas trop vos diapositives ! Vous risquez d'ennuyer votre public. On parle même de mort par PowerPoint (cherchez l'expression sur Internet).

Rendre vos diapositives parlantes et lisibles

Une personne ne peut pas lire et écouter deux choses différentes en même temps de manière efficace. Faites le test. Écouter une émission de radio en même temps que vous lisez un texte. Avez-vous retenu tout ce qui était issu de la radio et de votre texte? Était-ce une expérience agréable?

Il est donc préférable que le texte de vos diapositives soit synchronisé et identique à votre discours. Ou encore, faites-en sorte que vos diapositives complètent vos propos par un élément visuel : figure, photo, schéma simple, etc.

Une fois le contenu établi, voici d'autres bonnes pratiques pour le présenter :

- Essayez d'avoir un bon équilibre entre le visuel et le texte et gardez le texte léger (voir section « [Éviter la surcharge cognitive](#) »).
- Si vous insérez des photos ou des illustrations, assurez-vous qu'elles sont de bonne résolution.
 - Pour les personnes malvoyantes qui utilisent un lecteur d'écran, mettez une description des images sous celles-ci, surtout si vous avez l'intention de partager les diapositives après la présentation.
- Si possible, faites appel aux services d'une personne compétente pour réviser le texte de votre présentation pour les fautes, les anglicismes, la cohérence globale, etc.
- En tant qu'organisateur ou organisatrice, vous pouvez fournir un gabarit de diapositives si vous souhaitez une signature visuelle uniforme pour vos webinaires.

³³ Çakiroğlu & Aksoy, 2017; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Cueva, Cueva, Revels, Hensel et Dignan, 2021; Cunningham, Elmer, Rüegg, Kagelmann, Ricki & Binhammer, 2021; Fehrenbach, 2013; Guanci, 2010; Li, 2014; Lucey, 2018; Radovan & Perdi, 2016; Topor & Budson, 2020; Yost, Mackintosh, Read & Dobbins, 2016; Apolitical 2022 a; Apolitical 2022 b; Center for Disease Control, 2021.; Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, 2014.; Point d'Appui au Numérique Associatif PANA, s.d.; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021; Université de Montréal, s.d. b.; Université Laval, 2020.

Tableau 2 **Bonnes pratiques de mise en page pour améliorer la lisibilité de vos diapositives**

Utilisation des puces	• Recommandé • Chaque puce présente un élément clé • Éviter les phrases longues
Barème « 1-5-10 »	• Une diapositive par idée • 5 puces par diapositive • 10 mots par puce • Le public devrait pouvoir saisir les informations sur vos diapositives en un coup d'œil.
Taille du texte	• Taille suffisamment grosse pour une lecture facile à l'écran
Polices	• Police sans empattement pour une lecture facile à l'écran • Exemples : Helvetica, Arial, Calibri
Mise en évidence dans le texte	• Utiliser les caractères gras pour mettre du texte en évidence • Pas de MAJUSCULES • Pas d'italiques • Soulignement pour les liens web seulement
Alignement	• Alignement du texte à gauche • Pas de texte justifié
Trame de fond	• Pas de fond à motifs • Pas de photo en trame de fond • Texte foncé sur fond pâle ou • Texte pâle sur fond foncé

Il se peut que la personne qui présente ne vous soumette pas ses diapositives pour validation à l'avance. Il vaut donc mieux de lui fournir des consignes claires sur le format de présentation et le contenu attendu.

Le public voudra assurément obtenir les diapositives; demandez au conférencier ou à la conférencière de vous les remettre avant l'événement, si possible. Pour les transmettre au public, la plupart des plateformes de webinaires vous permettent de les déposer dans la boîte de clavardage. Ne fermez pas la plateforme tout de suite à la fin de la rencontre, pour que les personnes puissent les télécharger, en plus de consulter les liens web qui auraient pu être partagés pendant le webinaire. Il est aussi possible de déposer le matériel dans l'espace web dédié, si vous en avez un. Sinon, vous pouvez envoyer les diapositives par courriel après l'événement.

Éviter la surcharge cognitive

Dans un processus d'apprentissage, la surcharge cognitive survient lorsqu'on doit traiter trop d'informations en même temps ou lorsque le contenu est trop complexe par rapport à notre capacité à le comprendre et à le mémoriser. Pour prévenir la surcharge cognitive, considérez ces quelques conseils supplémentaires.

Pour les diapositives :

- Évitez les textes, les images ou les sons qui n'aident pas à la compréhension.
- Excluez les informations additionnelles qui ne font pas l'objet de la présentation. S'il faut étayer certaines notions, préparez des documents qui peuvent être fournis avant ou après le webinaire.
- Utilisez la couleur de manière intelligente. S'il y en a trop, ça distrait, s'il n'y en a pas assez, le coup d'œil sera terne.
- Employez des titres et sous-titres pour guider la lecture.
- Faites ressortir certains mots-clés de votre texte.
- Rédigez vos phrases à la [voix active](#)³⁴.

Lorsque vous présentez :

- Évitez les distractions et les bruits ambiants autant que possible.
- Surveillez de près la boîte de clavardage pour limiter les discussions hors sujet. À cet égard, on peut attirer quelqu'un à la modération du clavardage.

³⁴ Office québécois de la langue française. (s.d.). Voix active, Office québécois de la langue française, Canada, repéré à http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?id=2949

QUESTIONS D'INCLUSION

Afin que chaque personne de votre auditoire se sente incluse telle qu'elle est, avec son identité et ses différences, et qu'elle puisse participer pleinement à votre webinaire, voici quelques éléments à considérer.

Une présentation lisible qui évite la surcharge cognitive contribue à l'inclusion de nombreuses personnes. Par exemple, celles vivant avec des difficultés d'apprentissage ou de lecture (p. ex. la dyslexie), ou encore celles avec une limitation pouvant conduire à une situation de handicap (ex. la malvoyance). Voici d'autres exemples d'inclusion auxquels réfléchir en préparant votre webinaire.

La rédaction épicène³⁵ : Ce type de rédaction fait référence à une diversité de procédés d'écriture qui permettent de représenter équitablement toutes les personnes, qu'elles s'identifient comme homme, femme ou autrement (non binaire, par exemple). Il s'agit donc d'une inclusion de genre. Par exemple, ce guide est rédigé de manière épicène.

La reconnaissance territoriale³⁶ : « La reconnaissance du territoire est en elle-même une marque d'hommage et de respect envers les peuples autochtones. Elle atteste de leur présence tant historique qu'actuelle. » Par exemple, à l'Université de Sherbrooke, on suggère d'énoncer ceci avant une conférence ou un webinaire : « Nous reconnaissons que le Campus principal et le Campus de la santé de l'Université de Sherbrooke sont situés sur le territoire ancestral de la Nation Wabaniki, le Ndakina. Nous remercions les gardiennes et gardiens de ce territoire de nous permettre d'y séjourner ».

Équité épistémique³⁷ : Elle consiste à reconnaître la valeur des connaissances expérientielles, professionnelles et non scientifiques. C'est une manière de valoriser ces savoirs, tout en tenant compte que les inégalités sociales peuvent teinter la manière dont les connaissances sont reconnues et présentées. Dans un webinaire, on peut chercher l'équité épistémique en invitant des personnes agissant sur le terrain ou des personnes concernées à exprimer leur point de vue sur le sujet traité.

³⁵ Office québécois de la langue française. (s.d.). Principes généraux de la rédaction épicène, Office québécois de la langue française, Canada, repéré à https://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?id=3912

³⁶ Université de Sherbrooke. (s.d.). La reconnaissance territoriale, Université de Sherbrooke, Canada, repéré à <https://www.usherbrooke.ca/autochtones/la-reconnaissance-territoriale>

³⁷ Godrie, B. & Dos Santos, M. 2017. Présentation : inégalités sociales, production des savoirs et de l'ignorance. *Sociologie et sociétés*, 491, 7–31. <https://doi.org/10.7202/1042804ar>

Structurer le contenu de sa présentation

Lorsque vous présentez, c'est vous qui décidez l'ordre des contenus. Pour aider le public à vous suivre tout au long de la présentation, il importe de bien la structurer.

On commence normalement en présentant brièvement l'ensemble des personnes qui interviendront lors du webinaire et en exposant les objectifs d'apprentissages de ce dernier. À cet égard, rappelez-vous qu'il faut énoncer ce que le public va apprendre ou découvrir. Ainsi, un objectif d'apprentissage s'écrit : « À la fin de ce webinaire, **vous serez en mesure** de reconnaître... ».

Faire un sommaire des contenus abordés à mi-chemin du webinaire est une bonne pratique avant de passer à la seconde partie.

De même, les messages-clés peuvent être présentés en début et en fin de rencontre, la répétition aidant leur mémorisation.

2.6 Différents rôles pendant la tenue du webinaire³⁸



Même si souvent, une seule personne présente le contenu du webinaire, il est préférable qu'elle soit accompagnée.

Par exemple, une personne **à l'animation** peut dynamiser le webinaire de plusieurs manières :

- À l'ouverture : accueillir le public, situer le webinaire au sein de la programmation, présenter le ou les conférencières et conférenciers.
- Pendant le webinaire : lire et noter les questions dans la boîte de clavardage, donner les tours de parole lors des échanges, proposer des questions pour la période de discussion si un silence advient, animer les activités interactives.
- À la fin : remercier le ou les conférencières et conférenciers ainsi que le public, inviter à évaluer le webinaire, annoncer le prochain événement.

En complément, une personne **à la technique** est un autre atout :

- Elle est la personne-ressource pour ceux et celles qui éprouvent des difficultés techniques avec la plateforme, le son ou l'image.
 - Elle garde une copie des diapositives et partage son propre écran si le conférencier ou la conférencière échoue à le faire.
 - Si elle ne peut pas trouver de solution pour résoudre le problème, elle doit au minimum maintenir la communication avec tous et toutes pour les informer de la situation.

³⁸ Chiswell et coll., 2018; Cunningham, Elmer, Rüegg, Kagelmann, Ricki & Binhammer, 2021; Topor & Budson, 2020; Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, 2014; Université de la Polynésie Française, s.d..

- Elle peut soutenir l'animation en lançant les sondages, jeux-questionnaires ou autres activités virtuelles prévues. Elle peut aussi déposer le lien du formulaire d'évaluation du webinaire dans le fil de clavardage.

Ces deux rôles sont fréquemment portés par la même personne. Si cela est tout à fait possible, assurez-vous cependant qu'elle est suffisamment à l'aise pour les exercer simultanément.

2.7 Technologies et techniques : éviter les embûches³⁹



Voici quelques conseils pour vous préparer à d'éventuels pépins technologiques et techniques, et si possible, les éviter.

Se préparer

En tant que responsable de l'organisation du webinaire, offrez du soutien à vos conférenciers et conférencières pour la préparation de celui-ci. Par exemple, demandez-leur les diapositives pour les réviser ensemble et vous assurer que le temps imparti est respecté. Passez en revue les différentes étapes du webinaire (introduction, transitions, activités interactives, etc.) et déterminez ce qui peut être mis de côté si le temps vient à manquer. Finalement, discutez des rôles et responsabilités de chacun et chacune lors du webinaire.

Tester et répéter

Quelques jours avant de tenir le webinaire, il est souhaitable de faire une répétition sur la plateforme choisie pour l'événement. Les personnes responsables de l'organisation, de l'animation et de la technique devraient être présentes avec le conférencier ou la conférencière pour cette répétition. L'équipe pourra tester :

- le partage d'écran des diapositives, pages web, vidéos, segments audio ou tout autre contenu prévu lors de la présentation,
- la qualité du son et de l'image de la personne qui présente,
- la qualité de la bande passante,
- les outils d'interaction planifiés, comme les sondages ou la formation de sous-groupes,
- les liens web à mettre dans la boîte de clavardage, etc.

Si des pépins adviennent pendant la répétition, vous aurez un peu de temps pour tenter de corriger la situation avant la tenue de l'événement ou pour trouver des solutions alternatives.

³⁹ Bross, Beck, Leffler, 2011; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Elder Law Report 34, no 3 avril 2015: 8-8; Fehrenbach, 2013; Guanci, 2010; Lee, 2010; Hennis & van Dam, 2021; Silverman, 2020; Topor & Budson, 2020; Wang & Hsu, 2008; Zoumenou et coll., 2015; Les propulseurs, 2013; Point d'Appui au Numérique Associatif PANA, s.d.; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021.; Université de Montréal, s.d. b.; Université Laval, 2020.

Cette rencontre est aussi l'occasion de confirmer les responsabilités des différentes personnes (animation des échanges, gestion des questions et commentaires dans le clavardage, introduction des activités interactives, etc.). Par ailleurs, il n'est pas trop tard pour effectuer de petits ajustements, si requis, dans le déroulement du webinaire ou dans la quantité de contenus prévus afin de respecter le temps imparti.

Le jour de l'événement, il est conseillé pour l'équipe d'organisation et la personne qui présente de se connecter une quinzaine de minutes d'avance pour revisiter rapidement les éléments techniques du webinaire.

Compétences numériques

Toutes les personnes ne sont pas égales devant la technologie. Donnez des consignes brèves et simples sur la manière de joindre la rencontre lors de l'inscription. Au début du webinaire, expliquez rapidement les fonctionnalités de la plateforme qui seront utilisées : comment émettre un commentaire écrit, comment « lever la main » ou réagir avec une émoticône, fermer le micro si l'on n'intervient pas, etc. Si vous demandez au public de se servir d'un outil interactif disponible à même la plateforme ou d'y accéder sur un site externe, préparez des instructions claires pour cela aussi.

Finalement, ne présumez pas que votre conférencier ou conférencière est à l'aise avec les outils que vous employez. Assurez-vous que la personne les connaît et sait s'en servir.

Prévoir l'imprévu

Même si l'équipe a répété, tout événement en direct peut réserver des surprises. Autant se préparer aux aléas possibles. Voici quelques conseils pratiques :

Pour l'équipe d'organisation :

- Échanger les numéros de téléphone (ou contact de clavardage) entre l'équipe d'organisation et la personne qui présente pour communiquer si la plateforme ne fonctionnait pas pour une personne ou pour plusieurs.
- Prévoir d'autres activités si celles programmées ne marchent pas. Par exemple des échanges de vive voix à la place des sondages et des jeux ; garder à proximité le matériel requis pour votre plan B.

Pour la personne qui présente :

- Imprimer ses notes et ses diapositives ou les avoir sur un autre support à portée de main.
 - S'il y a des problèmes généralisés avec l'affichage des diapositives à l'écran, on pourra poursuivre la présentation même en l'absence du visuel prévu.
- Envoyer à l'avance ses diapositives à l'équipe qui organise le webinaire.

- Si le partage des diapositives à l'écran s'avère impossible, mais que le problème n'est pas généralisé, une personne de l'organisation pourra les partager.
- Présenter avec deux écrans, idéalement (un pour les diapositives et un pour afficher ses notes).

Pour les deux :

- Éviter d'utiliser un appareil mobile qui offre habituellement moins de stabilité qu'un ordinateur.
- Si vous êtes sur un ordinateur portable, assurez-vous qu'il est chargé et branché.
- Prévoir un deuxième ordinateur si le premier ne fonctionne pas en raison d'une batterie déchargée, d'un bogue informatique ou d'une mise à jour imprévue.
- Désactiver les notifications sonores des appareils avant la rencontre.
- Choisir un endroit calme avec une porte qui se ferme et où l'environnement derrière soi ne comporte pas d'éléments qui pourraient distraire.

L'important est de rester humble et authentique. Il se peut que des imprévus adviennent, surtout à la maison (famille, animaux, panne d'électricité), ou que la technologie faille. Finalement, ce qui compte est le partage des connaissances. Même si tout ne fonctionne pas comme prévu, il est fort possible que le webinaire atteigne ses objectifs quand même !

2.8 De l'information avant le webinaire...⁴⁰



Si votre public doit connaître certaines notions avant d'entrer dans le webinaire, il est préférable de préparer du matériel d'introduction ou de mise à niveau et de l'envoyer au préalable : un article à lire, une formation en ligne à suivre, une vidéo à visionner, une baladodiffusion à écouter... Puisque vos participants et participantes auront une certaine base commune, les discussions pourront aller plus en profondeur dans l'analyse du sujet ou l'application des connaissances. Cependant, ne supposez pas que toutes et tous auront consulté le matériel envoyé. Commencez votre webinaire avec un bref rappel des points principaux.

⁴⁰ Bryson, 2020; Topor & Budson, 2020; Apolitical 2022 a; Apolitical 2022 b; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021.; UNICEF, s.d.; Université de Montréal, s.d. a

2.9 De l'information après le webinaire...⁴¹



Lors d'une formation en présentiel, des documents sont fréquemment remis ou suggérés aux personnes participantes pour approfondir la réflexion ou mettre en application ce qui vient d'être vu. Vous pouvez en faire autant pour vos webinaires et partager des documents et outils supplémentaires. Voici quelques exemples :

- Les diapositives de la présentation et un enregistrement de la séance (assurez-vous préalablement que les personnes concernées ont donné leur autorisation)
- Des articles, vidéos ou autres publications pour approfondir le sujet
- Des questionnaires ou activités en ligne pour vérifier l'appropriation des connaissances
- Des références présentées lors du webinaire ou suggérées par des membres du public
- Les faits saillants du webinaire. La production de ceux-ci vous demandera un peu de temps et d'effort. Aussi, il pourrait être utile d'assigner une personne à la prise de notes lors du webinaire.
- Un document synthèse des échanges, qui présente les questions de l'auditoire et les réponses données alors par les conférenciers ou conférencières. Il est possible de bonifier certaines réponses par la suite, à la condition d'être transparent et explicite à ce sujet.
- Si des questions sont restées sans réponse à la fin de la rencontre, il est intéressant de proposer des réponses par écrit, que vous enverrez par courriel ou que vous déposerez sur la page Web du webinaire.

Enfin, si vous en avez la disponibilité et selon vos objectifs, vous pouvez même poursuivre les échanges en partageant l'adresse courriel des gens qui ont présenté ou animé, ou encore en mettant sur pied un forum de discussions.

⁴¹ Black, Clauson et Fraser, 2013; Borgerson et Dino, 2012; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Chiswell et coll., 2018; Elder Law Report 34, no 3 avril 2015: 8-8; Fehrenbach, 2013; Guanci, 2010; Guevara, 2016; Lee, 2010; Li, 2014; Silverman, 2020; Smith, 2020; Turkdogan et coll., 2021; Wozniak, Campbell & Devonshire, 2021; Yost, Mackintsoh, Read & Dobbins, 2016; Zoumenou et coll., 2015; Apolitical 2022 b; Center for Disease Control, 2021.; Les propulseurs, 2013; Point d'Appui au Numérique Associatif PANA, s.d.; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021.; UNICEF, s.d.

2.10 L'évaluation : un effort payant pour l'amélioration continue⁴²



L'évaluation s'avère l'un des éléments essentiels à déployer pour un webinaire ou une programmation de qualité. Elle peut mesurer l'atteinte des objectifs fixés ou plus modestement, capter la satisfaction de votre public et des personnes qui présentent, ou encore saisir les bons coups et les points à peaufiner. Dans une optique d'amélioration continue, toutes les dimensions évaluées vous donnent des pistes pour perfectionner votre offre. N'oubliez pas d'en tenir compte au moment de planifier la prochaine programmation ou activité avec votre équipe.

Il est recommandé de fournir le lien vers le formulaire d'évaluation tout de suite à la fin du webinaire, idéalement dans la boîte de clavardage. Sinon, il faut l'acheminer par courriel le plus rapidement possible pendant que l'événement est encore frais dans la mémoire de votre public.

Outre les réponses que vous obtiendrez par le biais du formulaire d'évaluation, il peut être utile de tenir compte des commentaires informels émis par les participants et participantes pendant et après le webinaire, dans le clavardage, par exemple. Non seulement vous enrichirez l'appréciation qualitative de votre événement, mais vous pourriez aussi récolter des suggestions de thèmes, de formats de présentation, ou de conférenciers et conférencières pour les prochaines éditions.

Les commentaires et impressions de vos conférenciers et conférencières s'avèrent aussi une bonne piste pour l'amélioration continue.

Consultez les documents [« Évaluation post-webinaire »](#) et [« Formulaire de l'évaluation de la satisfaction »](#) pour vous inspirer dans vos évaluations.

⁴² Black, Clauson et Fraser, 2013; Borgerson et Dino, 2012; Buxton, Burns et De Muth, 2012; Catanzano, Nandwana & Folio, 2020; Chiswell et coll., 2018; Cueva, Cueva, Revels, Hensel et Dignan, 2021; Fadlemola et coll., 2019; Fehrenbach, 2013; Guanci, 2010; Hennus & van Dam, 2021; Topor & Budson, 2020; Zoumenou et coll., 2015; Center for Disease Control, 2021. Ohkubo, Sullivan, Harlan, Timmons, Strachan. 2013; Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, 2014; Les propulseurs, 2013; Point d'Appui au Numérique Associatif PANA, s.d.; Rose, Machanda, deVoss, O'Seada & Seymour, 2021.; UNICEF, s.d.; Université de Montréal, s.d. a; Université de Montréal, s.d. a; Université Laval, 2020.

3 CONCLUSION

Nous espérons que ce guide et ses outils vous seront utiles pour l'organisation de votre webinaire ou de votre programmation. Pour réussir, faites preuve d'humilité et misez sur le travail itératif. Il se peut que vos premiers webinaires ne fonctionnent pas comme vous l'aviez souhaité, que de petites choses clochent ou ne roulent pas comme prévu, malgré une bonne préparation et vos efforts. C'est normal et ce n'est pas grave. Les gens sont compréhensifs et vous aurez toujours la chance de vous améliorer à chaque rencontre. Suivez les conseils des spécialistes, tenez compte des évaluations de vos webinaires, perfectionnez vos processus, enrichissez votre offre. En peu de temps, vous voudrez peut-être essayer de nouveaux formats de présentation et de nouveaux outils. Puis, recommencez !

4 OUTILS PRATIQUES

4.1 Procédure

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Comité aviseur - Réflexions de démarrage				
Faire un inventaire des personnes qui pourraient faire partie du comité parmi les membres de l'organisation : l'expert(e) de contenu, l'expert(e) en transfert des connaissances, l'expert(e) en pédagogie, l'expert(e) en technologie, l'expert(e) en gestion, la relève.	Tâche	Chargé(e) de projet	Dès la décision de faire des webinaires ou au début d'une nouvelle programmation	Avant la tenue du premier Comité aviseur
Organiser la première réunion du comité aviseur, définir les rôles et responsabilités, déterminer la ligne éditoriale, choisir la fréquence et les plages horaires des webinaires, identifier les publics cibles.	Activité	Comité aviseur	4 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Statuer du besoin d'une accréditation de formation d'un établissement d'enseignement (si on décide de faire accréditer, prévoir les délais, exigences et échéanciers nécessaires pour le faire — se référer à l'établissement choisi).	Activité	Comité aviseur	4 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Développer le formulaire d'évaluation des besoins des publics cibles choisis.	Tâche	Chargé(e) de projet	4 mois avant le début de la programmation	Quelques heures allouées pendant une semaine
Valider le formulaire auprès des personnes qui pourraient le remplir parmi les publics cibles.	Tâche	Comité aviseur	4 mois avant le début de la programmation	Laisser une semaine pour répondre
Envoyer le formulaire aux personnes représentant le public cible.	Tâche	Chargé(e) de projet	4 mois avant le début de la programmation	Laisser un mois pour répondre
Compiler les réponses et faire un bilan	Tâche	Chargé(e) de projet	3 mois avant le début de la programmation	1 mois avant le début de la programmation
Réunion de préparation du programme/thèmes/conférencier(ère)s à la lumière du bilan d'évaluation des besoins du public cible.	Activité	Comité aviseur	2 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Réunion de décision quant au format du webinaire et ajustement de la ligne éditoriale.	Activité	Comité aviseur	2 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Décider de la plateforme pour les webinaires et, si besoin est, de la plateforme d'inscription.	Activité	Comité aviseur et équipe de technopédagogie et informatique	2 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
<i>(Si programmation précédente existante)</i> Bilan de la saison précédente				
Voir Rapport bilan du programme annuel, à la fin du tableau.				
Démarrage de la saison/programmation	Livrable			
Programmation annuelle	Sous-livrable			
Choisir les thèmes et les conférenciers	Activité			
Faire une liste de thèmes et de conférencier(ère)s possibles (utiliser l'analyse des besoins, des thèmes évoqués mais non retenus pour la saison précédente, si applicable, les suggestions des membres de l'équipe et du comité aviseur, etc.)	Activité	Comité aviseur	2 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Proposer les thèmes à prioriser et des dates de réalisation en respectant autant que possible les périodes optimales exprimées dans l'étude de besoin et en tenant compte des autres activités ciblant les même publics cibles. Si plusieurs conférencier(ère)s sur un même thème, mais des sous-thèmes ou angles différents, il peut être intéressant de les regrouper dans un même webinaire.	Activité	Comité aviseur	2 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Faire des pré-entrevues avec les conférencier(ère)s potentiels pour savoir ce qu'ils estiment présenter et voir leur niveau de réceptivité à adapter leurs contenus. Prioriser par intérêt du sujet et possibilité d'avoir des présentations intéressantes	Tâche	Chargé(e) de projet	2 mois avant le début de la programmation	Prévoir deux semaines pour faire toutes les rencontres
Choix final des thèmes et conférencier(ère)s priorisés	Activité	Comité aviseur	2 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Faire un calendrier préliminaire avec des dates et heures ciblées	Tâche	Chargé(e) de projet	1 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Contacts avec les conférencier(ère)s pour confirmer la participation et les modalités (confirmer leur intérêt, la disponibilité aux dates ciblées, fournir à une date convenue le matériel attendu : titre et description, objectifs de présentation, présentation PPT, formulaire de déclaration de conflits d'intérêt, etc.) Valider aussi avec eux leurs titres professionnels. Leur partager la ligne éditoriale.	Tâche	Chargé(e) de projet	1 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela
Demander à l'équipe technique de créer une page d'inscription sur la plateforme webinaire pour chaque séance et de fournir les hyperliens permettant d'y accéder.	Tâche	Chargé(e) de projet	1 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela
Préparer le questionnaire d'évaluation pour les webinaires				
Soutien technique	Sous-livrable			
Soutien dans la tenue des webinaires				
Définir les besoins de soutien technique (avant, pendant et après les webinaires). Par exemple, création d'une page Web pour l'inscription, formation aux conférencier(ère)s sur les fonctionnalités, tests avant webinaire, soutien pendant le webinaire, rapports de participation, etc.	Activité	Comité aviseur	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation
Convenir de l'offre de service/l'accompagnement en soutien technique.	Tâche	Chargé(e) de projet	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation
Définir le calendrier de travail en soutien technique et intégrer dans l'échéancier global.	Tâche	Chargé(e) de projet	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation
Soutien dans la mise sur pied d'une page Web pour la programmation				
Définir les contenus de la page Web pour la programmation.	Activité	Comité aviseur	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation
Définir des fonctionnalités que la page Web pourrait avoir (p. ex. : sondages, demandes d'attestations, nouvelles, forum de discussion, enregistrements vidéo, documentation supplémentaire).	Activité	Comité aviseur	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Prévoir collaboration d'un(e) graphiste en vue de développer une signature visuelle (qui respecte la charte graphique de l'organisation, le cas échéant).	Tâche	Chargé(e) de projet et graphiste	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation
Identifier des photos/visuels pour illustrer les thèmes des webinaires.	Tâche	Chargé(e) de projet et graphiste	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation
Valider le contenu à intégrer auprès des parties intéressées (organismes partenaires, conférencier(ère)s, autres parties prenantes).	Tâche	Chargé(e) de projet	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation
Approbation de la programmation mise en page.	Tâche	Comité aviseur	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation
Contacter l'équipe Communications pour un accompagnement.	Tâche	Chargé(e) de projet	3 mois avant le début de la programmation	2 mois avant le début de la programmation
Mettre sur pied la page Web.	Tâche	Webmestre	2 mois avant le début de la programmation	Prévoir un mois pour préparer cela
Plateforme d'inscription et questionnaire				
Déterminer des informations à colliger pour les personnes inscrites et des questions posées lors de l'inscription (origine, évaluation des connaissances, questions pour les personnes qui présentent, etc.)	Activité	Comité aviseur	1 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela
Mettre sur pied la plateforme d'inscription	Tâche	Chargé(e) de projet et webmestre ou technicien(ne) en informatique	Deux semaines avant le début du programme	Prévoir une semaine pour préparer cela
Mettre sur pied les rappels aux personnes inscrites (si offert par la plateforme)	Tâche	Chargé(e) de projet et webmestre ou technicien(ne) en informatique	Deux semaines avant le début du programme	Prévoir une semaine pour préparer cela

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Promotion	Sous-livrable			
Créer un lien avec le service de communications de l'établissement	Tâche	Chargé(e) de projet	3 mois avant le début de la programmation	
Connaître leurs listes de diffusion et leurs moyens de communication	Activité	Chargé(e) de projet et services des communications	3 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Déterminer la collaboration dans la promotion du programme et des échéanciers	Activité	Chargé(e) de projet et services des communications	3 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Mise à jour et consolidation des listes de diffusion	Tâche	Comité aviseur	2 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela
Créer les diverses listes d'envoi et identifier les champs d'intérêt de chaque contact de façon à pouvoir trier les courriels au besoin	Tâche	Chargé(e) de projet	2 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela
Enrichir les listes avec de nouveaux contacts (personnes inscrites au webinaire précédents, contacts de l'équipe, nouveaux partenariats, nouvelles ressources dans les organismes partenaires, etc.)	Tâche	Chargé(e) de projet	2 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela
Déterminer les moyens de communications pour la promotion	Activité	Comité aviseur		
Déterminer les réseaux sociaux à utiliser	Activité	Chargé(e) de projet et services des communications	2 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Déterminer la manière de faire les envois par courriel (courrielleurs ou boîte courriel habituelle)	Activité	Chargé(e) de projet et services des communications	2 mois avant le début de la programmation	Le temps d'une rencontre
Déterminer du message, du format et de la signature visuelle (en phase avec le site Web, si tel est le cas).	Tâche	Chargé(e) de projet	1 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela
Déterminer les délais d'envois et des rappels	Tâche	Chargé(e) de projet	1 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Préparer la promotion du programme lui-même	Tâche	Chargé(e) de projet	1 mois avant le début de la programmation	Prévoir une semaine pour préparer cela
Tenue d'un webinaire	Livrable			
Promotion du webinaire	Sous-livrable			
Sélection des destinataires				
Choisir les listes applicables et les partenaires à inclure dans l'envoi du courriel d'invitation, sur la base du thème du webinaire.	Tâche	Chargé(e) de projet	Un mois avant le webinaire	Deux semaines avant le webinaire
Sélectionner les réseaux sociaux à investir	Activité	Chargé(e) de projet et services des communications	Un mois avant le webinaire	Deux semaines avant le webinaire
Préparer les textes de promotion pour page Web, courriel et réseaux sociaux	Tâche	Chargé(e) de projet	Un mois avant le webinaire	Deux semaines avant le webinaire
Obtention des résumés des présentations, des notes biographiques et des photos des conférenciers				
Écrire aux conférencier(ère)s pour leur demander de nous fournir le résumé de leur présentation, leur note biographique et une photo, en leur donnant un délai d'une semaine.	Tâche	Chargé(e) de projet	Un mois avant le webinaire	
Rappeler aux conférencier(ère) notre demande, au besoin.	Tâche	Chargé(e) de projet	Trois semaines avant le webinaire	
Premier courriel d'invitation et promotion dans les réseaux sociaux				
Préparer le bandeau promotionnel (visuel) du webinaire	Tâche	Chargé(e) de projet et graphiste	Un mois avant le webinaire	Deux semaines avant le webinaire
Rédiger le courriel d'invitation, la publication sur les réseaux sociaux et le texte de la page Web	Tâche	Chargé(e) de projet	Trois semaines avant le webinaire	Deux semaines avant le webinaire
Approuver le courriel d'invitation, la publication et le texte de la page Web	Tâche	Comité aviseur	Deux semaines avant le webinaire	1 ou 2 jours plus tard?

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Envoi du courriel d'invitation et publication dans les réseaux sociaux	Tâche	Chargé(e) de projet et webmestre ou technicien(ne) en informatique		Au plus tard 8 jours avant le webinaire
Rappels				
Créer le courriel de rappel et la publication réseaux sociaux	Tâche	Chargé(e) de projet	4 jours avant le webinaire	Au plus tard 2 jours avant le webinaire
Envoi du message de rappel	Tâche	Chargé(e) de projet et webmestre ou technicien(ne) en informatique		Au plus tard 2 jours avant le webinaire
Promotion du webinaire à l'interne				
Si c'est possible, promouvoir <i>via</i> les canaux de communications internes de l'organisation, reprendre texte courriel ou réseaux sociaux	Tâche	Chargé(e) de projet et services des communications		Une semaine avant le webinaire
Préparation et réalisation du webinaire	Sous-livrable			
Échange avec les conférenciers - rencontre ou courriels				
Échanger avec le ou les conférencier(ère)s pour asseoir les contenus, les publics cibles et le déroulement du webinaire y compris les sondages et activités interactives ainsi que le partage du temps d'antenne s'il y a plus d'un(e) conférencier(ère), et de répondre à leurs questions.	Activité	Chargé(e) de projet	Lors de la première rencontre de programmation et 6 semaines avant le webinaire	Jusqu'à la tenue du webinaire
Prétest sur la plateforme webinaire				
Prendre rendez-vous avec le(s) conférencier(ère)s et la personne à la technique pour le prétest, en prévoyant une plage d'une demi-heure. Ce prétest devrait avoir lieu entre 7 et 1 jour avant le webinaire.	Tâche	Chargé(e) de projet	Idéalement, un mois avant le webinaire	Au plus tard, 2 semaines avant le webinaire
Envoyer le lien de la plateforme webinaire pour le prétest à chaque panéliste (conférencier(ère)s et animateur(trice)).	Tâche	Chargé(e) de projet et webmestre ou technicien(ne) en informatique	Quelques jours avant le prétest	La veille du prétest

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Envoyer aux conférencier(ère)s et l'animateur(trice) une entrée d'agenda pour le prétest	Tâche	Chargé(e) de projet	Dès que le jour et l'heure du prétest a été convenue	
Animer le prétest, incluant les partages d'écran, les sondages et autres activités interactives.	Activité	Chargé(e) de projet et webmestre ou technicien(ne) en informatique	7 jours avant le webinaire	Au plus tard la veille du webinaire
Envoyer une entrée d'agenda aux conférencier(ère)s, l'animateur(trice) et la personne à la technique afin de pouvoir tenir avec eux un débriefing express de 15 minutes immédiatement après le webinaire.	Tâche	Chargé(e) de projet	Aussitôt que le point a été abordé avec les conférenciers	Immédiatement après le prétest
Envoyer la liste des personnes inscrites au conférencier(ère) afin de mieux se préparer en fonction du public cible.	Tâche	Chargé(e) de projet	Le plus tôt possible après le prétest	Avant le webinaire
Tenue du webinaire				
Envoyer à nouveau aux panélistes, le matin de l'événement, les hyperliens personnalisés pour se brancher à la plateforme webinaire.	Tâche	Chargé(e) de projet		Le matin du webinaire
Préparer les notes pour l'animation du webinaire, en s'inspirant éventuellement des notes des webinaires précédents. Penser à les imprimer si nécessaire.	Tâche	Animateur(trice) du webinaire	Semaine précédant le webinaire	Le matin du webinaire
Envoyer à la personne à la technique la diapo d'ouverture s'il y en a une et lui rappeler d'écrire dans le clavardage à la fin du webinaire « Pour recevoir la programmation complète des webinaires et des rappels avant chacun d'eux, écrivez-nous à l'adresse courriel de l'équipe ... », ainsi que le lien vers le formulaire d'évaluation de l'activité.	Tâche	Chargé(e) de projet	Après le prétest	Le matin du webinaire
Se brancher sur la plateforme 15 minutes. Garder à portée de main la diapo d'ouverture, s'il y en a une, ouverte et prête à projeter au cas où, et pour pouvoir y copier la phrase « Pour recevoir la programmation complète des webinaires et des rappels avant chacun d'eux, écrivez-nous à l'adresse courriel de l'équipe ... » ainsi que le lien pour le formulaire d'évaluation pour les coller dans le clavardage.	Tâche	Personne à la technique et animateur(trice)		Le jour du webinaire
Préparer les sondages et/ou liens vers les activités interactives	Tâche	Personne à la technique		Le jour du webinaire

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Laisser entrer les participant(e)s à l'heure de début du webinaire et démarrer l'enregistrement du webinaire.	Tâche	Personne à la technique ou animateur(trice)		Le jour du webinaire
Animer le webinaire en gardant les notes d'animation imprimées à portée de main. Avant la conclusion, effectuer tous les remerciements finaux AVANT de parler du sondage et du lien vers l'enregistrement qui sera envoyé aux participant(e)s afin de les retirer lors de l'enregistrement en post-production. Coller dans le clavardage tout hyperlien d'intérêt pour les participant(e)s ainsi que la présentation PPT en format PDF, si demandé et si conférencier(ère) est d'accord.	Activité	Animateur(trice) du webinaire		Le jour du webinaire
Cesser l'enregistrement du webinaire. Laisser rouler le webinaire quelques minutes après la fin pour laisser le temps aux gens de télécharger les documents téléversés dans le clavardage. Enregistrer le contenu du clavardage. Fermer la caméra et le micro pour pouvoir joindre la rencontre de débriefing (bilan post-webinaire) sur un autre lien.	Tâche	Personne à la technique		Après la conclusion du webinaire par l'animatrice
Quitter le webinaire pour joindre la rencontre de débriefing (bilan post-webinaire) sur un autre lien.	Tâche	Animateur(trice) du webinaire		Après la conclusion du webinaire par l'animatrice
Suivi du webinaire	Sous-livrable			
Bilan post-webinaire avec les conférencier(ère)s				
Lancer la rencontre virtuelle, immédiatement après le webinaire, afin de remercier encore les conférencier(ère)s, de les féliciter, de leur mentionner le nombre de participant(e)s ainsi que les prochaines étapes. On peut aussi en profiter pour recueillir à chaud leurs commentaires sur comment ça s'est passé, ainsi que toute suggestion de leur part permettant d'améliorer la façon de les accompagner tout au long du processus.	Activité	Animateur(trice) du webinaire		Immédiatement après le webinaire
Questionnaire de sondage				
Modifier le questionnaire de sondage du webinaire précédent, s'il y a lieu, pour l'adapter à la réalité du prochain webinaire, en surlignant les sections ayant été modifiées.	Tâche	Chargé(e) de projet	Dès que le webinaire précédent est passé	3-4 jours avant le webinaire

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Mettre en ligne le formulaire de sondage pour révision par le comité aviseur	Tâche	Chargé(e) de projet		2 jours avant le webinaire
Tester/réviser le questionnaire de sondage en ligne	Tâche	Chargé(e) de projet		2 jours avant le webinaire
Produire la version finale du questionnaire	Tâche	Chargé(e) de projet		La veille du webinaire
Tester/réviser la version finale du questionnaire de sondage en ligne	Tâche	Chargé(e) de projet		La veille du webinaire
Coller le lien du webinaire dans le clavardage et dans le courriel de suivi du webinaire	Tâche	Chargé(e) de projet et/ou personne à la technique		Tout de suite après le webinaire dans le clavardage et ensuite dans le courriel de suivi du webinaire
Mise en ligne de l'enregistrement du webinaire	Activité			
Effectuer la post-production de l'enregistrement vidéo	Tâche	Technicien(ne) informatique/monteur /webmestre	Idéalement, immédiatement après le webinaire	Environ 3 jours ouvrables après le webinaire
Approuver l'enregistrement vidéo et informer l'équipe webmestre des mots clés à y associer	Tâche	Chargé(e) de projet et Comité aviseur	Le lendemain du webinaire	Environ 3 jours ouvrables après le webinaire
Mise en ligne de l'enregistrement du webinaire	Tâche	Webmestre		Dans la semaine suivant le webinaire
Vérifier que la vidéo a bien été mise en ligne, avec les bons mots-clés, de façon à pouvoir envoyer le courriel de suivi	Tâche	Chargé(e) de projet		Vérifier quotidiennement à partir du moment où la demande a été envoyée au webmestre
Suivi auprès des participants	Activité			
Modifier le courriel de suivi du webinaire précédent, s'il y a lieu, afin de l'adapter pour le suivi du présent webinaire. Habituellement, ce courriel inclut le lien vers le sondage d'évaluation et le lien vers l'enregistrement de la vidéo. Dans certains cas, il pourrait aussi comprendre de l'information supplémentaire ou des pièces jointes (ex. : présentation PPT). En cas de délai important dans la mise en ligne de l'enregistrement, écrire que l'enregistrement sera disponible au cours des prochains jours sur la page du webinaire.	Tâche	Chargé(e) de projet		Lendemain du webinaire

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Ajouter au courriel de suivi les hyperliens vers le sondage et vers la vidéo, puis l'envoyer.	Tâche	Chargé(e) de projet		Dès que l'enregistrement vidéo approuvé est en ligne
Vérifier que le courriel de suivi a bien été envoyé.	Tâche	Chargé(e) de projet		
Rapport de participation et enregistrement du clavardage.	Activité			
Extraire le rapport de participation ainsi que l'enregistrement du clavardage.	Tâche	Chargé(e) de projet et/ou personne à la technique		Au plus tard deux semaines après le webinaire
Extraire le rapport de participation de la plateforme webinaire. Ce rapport comprend les noms, adresses de courriel ainsi que diverses informations relatives aux participant(e)s (organisation, profession, région, etc.)	Tâche	Chargé(e) de projet et/ou personne à la technique	L'après-midi suivant le webinaire	Deux semaines après le webinaire
Mettre en forme le rapport de participation, au besoin.	Tâche	Chargé(e) de projet	Dès qu'on le reçoit	Avant le webinaire suivant
Extraire du clavardage les questions non répondues et tenter de les répondre dans le courriel de suivi aux inscrit(e)s	Tâche	Chargé(e) de projet et conférencier(ère)s	L'après-midi suivant le webinaire	Deux semaines après le webinaire
Rapport du sondage d'évaluation				
Produire le rapport de sondage à partir de la plateforme de sondage	Tâche	Chargé(e) de projet et/ou personne à la technique		Deux semaines après le webinaire
Lire le rapport pour noter si certains problèmes particuliers y sont mis en lumière, notamment au plan technique. En particulier, lire tous les commentaires et suggestions afin de voir s'il y a un suivi à apporter.	Tâche	Chargé(e) de projet et/ou personne à la technique		Avant le prochain webinaire
Conserver le rapport d'évaluation pour le bilan de fin de programme	Tâche	Chargé(e) de projet		
Préparer un rapport de sondage pour chaque conférencier(ère). On peut rendre seulement disponible le degré de satisfaction concernant sa propre présentation si désiré.	Tâche	Chargé(e) de projet		Avant le prochain webinaire

Titre	Type	Responsable	Quand commencer?	Quand avoir fini?
Vérifier quotidiennement la boîte de courriel liée au programme de webinaire et effectuer les suivis requis (réponse à diverses demandes dont l'inscription sur les listes d'envoi, faire suivre aux personnes appropriées les questions spécifiques. etc.).	Tâche	Chargé(e) de projet		Quotidiennement
Suivi auprès des conférencier(ère)s	Activité			
Envoyer un courriel de remerciement aux conférencier(ère)s en y joignant le rapport de participation, les résultats du sondage et, si désiré par les conférencier(ère)s, l'enregistrement du clavardage.	Tâche	Chargé(e) de projet		Dès que le rapport de sondage est disponible
Bilan de fin de programme	Livrable			
Compilation et analyse des sondages réalisés auprès des participants de chaque webinaire	Sous-livrable			
Rassembler et fédérer les évaluations de tous les webinaires de la programmation annuelle	Tâche	Chargé(e) de projet	Fin de programme, avant la nouvelle programmation	
Compilation et analyse des rétroactions (résultats des sondages d'évaluation des webinaires déjà passés, autres commentaires, etc.).	Tâche	Chargé(e) de projet	Fin de programme, avant la nouvelle programmation	
Compilation et analyse des statistiques de participation aux webinaires déjà passés (thèmes ayant attiré le plus de gens, aux organisations et aux professions représentées, groupes sous-représentés mais à cibler, etc.)	Tâche	Chargé(e) de projet	Fin de programme, avant la nouvelle programmation	
Débriefing avec les membres de l'équipe sur les bons coups, les apprentissages et les changements à apporter	Activité	Comité aviseur	Fin de programme, avant la nouvelle programmation	
Rapport bilan du programme annuel	Sous-livrable			
Rédiger le bilan d'analyse et s'en servir pour la prochaine programmation	Tâche	Chargé(e) de projet	Fin de programme, avant la nouvelle programmation	

4.2 Identifier son public cible

Connaissez-vous bien ceux et celles que vous voulez joindre? Sinon, voici quelques pistes pour débiter.

Nommer des personnes composant votre public cible

Nommez 3 à 5 personnes qui pourraient être présentes lors de vos webinaires. Il s'agit de personnes qui existent et que vous connaissez et non pas des personnes fictives ou des profils d'emploi. Mettez-vous dans leur peau. Qu'est-ce qui les caractérise? Si pertinent, qu'est-ce qui caractérise leur profession ou leur contexte de travail? Pour chacune des personnes, vous pourriez vous demander, par exemple :

- Quel est son profil sociodémographique? (Genre, âge, région, formation ou niveau d'éducation, nombre d'années d'expérience professionnelle en lien avec le sujet, etc.)
- Quel est son niveau d'habileté ou de littératie numérique?
- Que connaît-elle du sujet présenté dans le webinaire?
- Quel est son niveau ou sentiment de compétence à ce sujet?
- Quels pourraient être ses objectifs en matière d'apprentissages?
- Quelles sont ses préférences et attentes en matière de format d'activités interactives, plages horaires, etc.?
- Où va-t-elle chercher son information habituellement?
- Quelle est sa profession ou son titre d'emploi?
- Dans quelle structure évolue-t-elle (milieu communautaire, milieu de la recherche, réseau de la santé, réseau de l'éducation, entreprise privée, etc.)? Ou quelle est son organisation d'attache?
- Quelles tâches effectue-t-elle en lien avec la thématique de votre programmation de webinaires?
- Ces tâches sont-elles fréquentes?
- Rencontre-t-elle fréquemment des difficultés liées à sa profession?
- Quel est son contexte d'action?
- Est-ce que son milieu de travail est ouvert au sujet, sensibilisé?
- Cherche-t-elle des activités accréditées pour répondre aux exigences de son ordre professionnel ou tout simplement à enrichir ses connaissances?

Ces questions peuvent aussi être reprises lors de [l'analyse de leurs besoins](#) si certains éléments doivent être éclaircis.

Prioriser les publics

Si vous avez de la difficulté à décrire votre public cible, vous pouvez à tout le moins prioriser les différents publics susceptibles d'être intéressés par vos webinaires. Ainsi, vous pourrez mettre davantage d'efforts pour répondre aux besoins de vos publics prioritaires plutôt que d'essayer de plaire à tout le monde en faisant des webinaires trop vagues. Auprès de quel public aurez-vous le plus d'effet avec votre webinaire? Lequel a le pouvoir de changer les choses? Lequel est directement concerné ou affecté?

Tentez de vous limiter à trois publics cibles.

4.3 Analyser les besoins du public cible

Voici quelques pistes pour amorcer une analyse des préférences et des besoins de connaissances de votre public cible. Vous pouvez choisir le niveau de profondeur d'analyse que vous sentez nécessaire en fonction de vos objectifs de transfert de connaissances. En effet, le temps investi devrait être proportionnel à l'ampleur de l'aventure. Ainsi, une grande programmation annuelle vouée à se reproduire au fil des ans laisse la place à une analyse plus approfondie que pour un webinaire unique.

Utiliser les données que vous avez déjà!

Analyses antérieures

Il se peut que vous ayez déjà une partie des informations qu'il vous faut grâce aux travaux antérieurs de vos collègues ou de votre organisation. Certains ou certaines ont peut-être effectué des analyses de besoins auprès du même public cible. Si vous pouvez compter sur le soutien d'une équipe en développement des compétences ou en transfert des connaissances, il serait opportun de la sonder à ce sujet. Certaines données récoltées alors sont possiblement encore utilisables. Par exemple, si l'analyse de besoins antérieure est relativement récente, on peut supposer que les préférences en matière de plages horaires demeurent vraies.

Bilan d'évaluation de la dernière programmation et des webinaires précédents

Si vous faites déjà des webinaires et que vous les évaluez, vous pouvez en extraire de l'information sur votre public cible et répondre à certaines questions comme :

- Avez-vous joint votre public? Avez-vous attiré d'autres publics?
- Vos webinaires ont-ils atteint les objectifs fixés?
- Quel est le niveau de satisfaction par rapport à votre offre actuelle?
- Les participants et participantes ont-ils ou ont-elles formulé des suggestions ou des doléances?

Référentiels de compétences

Si votre programmation ou votre webinaire s'inscrit dans une stratégie visant l'ajustement des pratiques ou le développement professionnel, il pourrait être fort utile de recourir à un référentiel de compétences approprié au contexte de travail de votre public cible. En santé publique, par exemple, on compte plusieurs [référentiels de compétences](#). Ces référentiels servent notamment à apprécier l'écart entre la perception ou le niveau de compétence actuel de votre public cible et le niveau de compétence visé pour réaliser efficacement certaines activités professionnelles. Pour en savoir davantage sur l'approche par compétences, nous vous invitons à consulter [L'approche par compétences - Un levier de changement des pratiques en santé publique au Québec](#)⁴³.

Il existe plusieurs types de besoins (de connaissances ou de formation; individuels ou collectifs; normatifs, institutionnels, comparatifs, démontrés ou ressentis), ainsi que plusieurs méthodes pour les analyser. Pour en connaître plus sur le sujet, nous vous encourageons à lire le [Cadre de référence sur l'analyse de besoins de formation](#)⁴⁴.

Échos d'autres organisations

Si certains de vos partenaires tiennent des webinaires visant les mêmes publics et évaluent leurs efforts, vous pouvez leur demander quelques pistes :

- Qu'apprennent-ils de leur expérience?
- Quels sont les bons coups?
- Quelles sont les difficultés rencontrées?

Faire une analyse de besoins

L'une des façons de connaître les besoins de votre public est de lui demander directement. Vous capturez alors ses besoins ressentis (ou perçus). Pour ce faire, plusieurs options de consultation sont possibles. Vous pouvez tenir des entrevues individuelles, organiser des groupes de discussion ou des ateliers délibératifs, ou faire circuler un questionnaire autoadministré.

Dans un questionnaire autoadministré, vous pouvez inclure des questions ouvertes, en plus des questions à choix de réponses. Néanmoins, vous pourriez recevoir des réponses inégales ou vagues, sans moyen de compléter l'information manquante. Les questions d'ordre qualitatif sont mieux abordées lors d'une prise de besoin par entrevues ou par groupes de discussion. Parfois, quelques bonnes entrevues permettent une perspective plus profonde qu'un questionnaire administré largement.

⁴³ Brahimi, C. (2011). *L'approche par compétences : Un levier de changement des pratiques en santé publique au Québec*, Institut national de santé publique du Québec, Canada, 125 p., https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/1228_approchecompetences.pdf

⁴⁴ Labesse, M. E. (2008). *Cadre de référence sur l'analyse de besoins de formation - Volet formation continue*, Institut national de santé publique du Québec, Canada, 78 p., <https://www.inspq.qc.ca/publications/800>

En guise d'inspiration, voici des questions qui peuvent être posées :

- Quels sont les sujets qui piquent votre curiosité ou à propos desquels vous voudriez en savoir davantage?
 - (Fournir une liste d'exemples et prévoir un moyen pour recueillir leurs suggestions)
- Quels sont vos objectifs d'apprentissage?
 - Quelles connaissances voudriez-vous acquérir sur le sujet?
 - Quelles compétences aimeriez-vous développer à court ou moyen terme en lien avec le sujet?
- Quelles sont les situations professionnelles lors desquelles vous auriez souhaité/bénéficié d'en connaître davantage? Qu'auriez-vous aimé savoir ou savoir-faire?
- Comment évaluez-vous votre niveau de compétence pour réaliser efficacement la tâche...?
 - (Fournir une liste d'exemples de niveau et prévoir un moyen pour recueillir leurs commentaires)
- Jusqu'à quel point un webinaire vous permettra de répondre aux objectifs suivants?
 - (Fournir une liste d'exemples d'objectifs)
- Quelles sont les questions que vous vous posez ou vos préoccupations en lien avec la thématique de la programmation de webinaires?
- Quels sont les webinaires que vous avez trouvés les plus pertinents dernièrement ? Pourquoi les avez-vous trouvés pertinents?
- Quelle formule de webinaires avez-vous le plus aimée dernièrement (présentation suivie d'une courte période de questions, une discussion dynamique entre la personne qui présente et la personne qui anime, plusieurs personnes aux profils variés qui présentent, avec partage d'expériences concrètes, avec des activités interactives comme des jeux-questionnaires, etc.)?
 - Demander des exemples.
- Quel est le moment le plus propice pour assister à un webinaire?
 - Combien de temps pouvez-vous y consacrer?
 - À quelle fréquence pourriez-vous y assister?
- Quelles sont vos préférences quant au format de webinaire?
 - Longueur : 30 minutes, une heure, davantage
 - Niveau d'interactivité : seulement magistral, certaines activités interactives, beaucoup d'activités interactives
 - Niveau de vulgarisation : grand public, professionnel, scientifique
 - Contenu : plus scientifique, plus pratique, autre.

N'hésitez pas à bonifier ces questions ou à les remplacer par d'autres qui vous permettront de connaître ce qui vous intrigue. Vous pouvez aussi reprendre les questions que vous avez utilisées lors de votre [identification du public cible](#). À ce sujet, il peut être opportun d'interroger votre public primaire en priorité, sinon, il se peut que la variabilité des réponses reçues soit difficile à concilier.

Au-delà de l'autoévaluation des besoins rapportés par le public, il est également possible de procéder à une analyse des besoins normatifs ; c'est-à-dire les savoirs que les experts et expertes jugent insuffisants chez le public cible, mais que celui-ci n'est pas en mesure de reconnaître (sur un sujet émergent ou une nouvelle pratique, par exemple). Consultez le [Cadre de référence sur l'analyse de besoins de formation](#)⁴⁵ pour en apprendre plus sur ce type d'analyse.

Collecte de besoins à l'inscription à un webinaire

Si vous voulez prendre le pouls de votre public cible de manière rapide et facile, posez-lui une ou quelques questions sur ses besoins, son niveau de connaissances et ses attentes dans votre formulaire d'inscription au webinaire. La collecte de besoins à l'inscription permet des ajustements rapides au webinaire, mais il peut arriver que vous ne puissiez pas l'adapter pleinement étant donné les délais courts. Vous pouvez toutefois garder ces précieux renseignements pour informer la suite de votre programmation.

Vous pourrez aussi avoir une idée de la composition du groupe si vous posez des questions sur leur titre d'emploi ou profession, leur organisation d'attache, leur contact étroit ou éloigné avec le contenu à présenter, etc.

Pour améliorer vos efforts de promotion, demandez comment ils ont entendu parler du webinaire.

4.4 Ligne éditoriale à l'intention des conférenciers et conférencières

Titre de votre programmation de webinaires

- Bref paragraphe à propos de votre organisation
- Bref paragraphe à propos de votre programmation
 - La thématique principale et les sujets couverts
 - Sa raison d'être, comment se distingue-t-elle de l'offre actuelle
 - Les objectifs poursuivis en fonction des besoins auxquels elle tente de répondre

⁴⁵ Ibid.

- Plage horaire et fréquence des webinaires
- Le public cible
 - Ce qui le caractérise : éducation, profession, lien d'emploi, etc.
 - Ce qu'il veut savoir (besoins de connaissances) ou savoir-faire (besoins de formation)
 - Sa taille (nombre approximatif de personnes visées)
- Le format préconisé pour les présentations. Vous pouvez choisir de l'adapter en fonction des objectifs d'apprentissage de chaque webinaire.
- Le déroulement de l'activité
 - Durée totale de l'activité et durée suggérée de la présentation du conférencier ou de la conférencière. Elle peut varier si vous ajustez le format de chaque webinaire en fonction des objectifs d'apprentissage.
 - Nombre de diapositives minimal et maximal
 - Gabarit pour les diapositives, si vous souhaitez mettre de l'avant l'identité visuelle de votre programmation. Toutefois, les conférenciers et conférencières préfèrent souvent utiliser le gabarit de présentation de leur propre organisation ou projet.
 - Vos attentes en matière d'activités interactives et d'interactions avec le public.
 - Types de contenus que vous cherchez à diffuser (résultats de recherche, pratique professionnelle, application sur le terrain, récit d'expérience, etc.).
- Responsabilités du conférencier ou de la conférencière
 - Échéancier des tâches à faire :
 - Fixer des objectifs d'apprentissage et axer sa présentation autour de ceux-ci.
 - Fournir les documents suivants : biographie, photo, titre et résumé de la présentation, diapositives, matériel pour animer les interactions et les activités interactives, documents supplémentaires pour les participants et participantes (optionnel), etc.
 - Prévoir des activités interactives et des interactions avec le public.
 - Remplir toutes autres exigences pour l'accréditation de l'activité, si cela s'applique.
 - Nommer les dates butoirs pour chacune de ces étapes.
- Soutien que vous offrez au conférencier ou à la conférencière. La nature et l'ampleur du soutien dépendent, entre autres, des expertises disponibles dans votre comité consultatif (expertise en animation, communication, transfert de connaissances, technopédagogie, etc.). Voici des propositions :
 - Déterminer ensemble les objectifs d'apprentissage de sa présentation afin de répondre aux besoins du public.
 - Rédiger ensemble le résumé de la présentation.

- Effectuer les démarches pour l'accréditation du webinaire, si souhaitée.
- Adapter le format du webinaire, si requis. Par exemple, lui proposer de présenter conjointement avec une autre personne.
- Suggérer des activités interactives et des moyens d'interagir avec le public ; participer à leur préparation.
- Préparer les interactions entre votre conférencier ou conférencière et la personne chargée de l'animation ou avec les autres présentateurs et présentatrices, si c'est le format de webinaire retenu.
- Promouvoir le webinaire et gérer les inscriptions.
- Réviser les contenus pour s'assurer qu'ils sont adaptés au public et axés autour des objectifs fixés. Dégager ensemble les messages clés de la présentation.
- Jeter un œil aux diapositives pour s'assurer qu'elles respectent la durée prévue pour la présentation et les bonnes pratiques en matière de lisibilité.
- Répéter ensemble la présentation et tester la plateforme ainsi que les activités interactives.
- Évaluer l'activité et lui partager les résultats de l'évaluation, les données d'inscription anonymisées, les statistiques de téléchargement et de visionnement de l'enregistrement.
- Caractéristiques techniques
 - Plateforme utilisée
 - Exigences techniques (bande passante, ordinateur, etc.)
 - Transcription ou traduction simultanée, si disponibles et requises
 - Enregistrement du webinaire, si pertinent. Le cas échéant, obtenez son autorisation.
- Diffusion après l'activité
 - Enregistrement, si cela s'applique.
 - Diapositives en format PDF, à convenir.
 - Documents supplémentaires, liens web, autres ressources, si pertinent.
 - Répondre aux questions des participants et participantes qui n'ont pas été traitées lors du webinaire, à convenir.
 - Leurs coordonnées (pour les personnes du public qui souhaiteraient les joindre).
 - Canaux de diffusion des éléments précédents (site Web, YouTube/Vimeo, envoi par courriel, etc.).
- Nom et coordonnées du chargé ou de la chargée de projet pour les questions ou les commentaires.

4.5 Évaluation post-webinaire

L'évaluation vous permet d'apprécier les retombées de votre webinaire ou de votre programmation. Il est vrai que l'évaluation, avec la collecte des données, leur traitement et leur analyse, nécessite du temps et des efforts. Cela dit, vous avez aussi investi des efforts à mettre en œuvre une programmation ou un webinaire, alors nous vous encourageons à vérifier si ces efforts ont porté fruit. Il s'en dégagera des pistes dont vous tirerez profit pour l'élaboration d'une prochaine activité.

Plusieurs aspects peuvent faire l'objet d'une évaluation. Certains sont liés au **processus** de transfert de connaissances. Une analyse de besoins du public cible a-t-elle été menée? Les objectifs d'apprentissage formulés étaient-ils pertinents pour répondre aux besoins du public? Les méthodes technopédagogiques développées étaient-elles adéquates pour atteindre les objectifs d'apprentissage?

D'autres aspects sont liés aux **produits ou moyens** de transfert choisis et à leur déploiement. Le webinaire était-il le meilleur moyen de transfert de connaissances pour obtenir les résultats souhaités? Avez-vous joint le public ciblé? Quel est le niveau de satisfaction du public par rapport à votre événement? A-t-il trouvé cela utile?

D'autres aspects concernant les **résultats** en soi de votre webinaire ou programmation. Votre public a-t-il appris quelque chose? Les nouvelles connaissances acquises ont-elles changé les opinions, croyances, perceptions du sujet chez les personnes participantes? Ont-elles l'intention de les utiliser concrètement, par exemple, en ajustant l'une de leurs pratiques professionnelles? Quelles sont les retombées à court, moyen et long terme?

Voici des propositions de méthodes et d'indicateurs pour mesurer quelques-uns de ces aspects.

Prétest et post-test formatifs pour évaluer l'acquisition des connaissances

Pour mesurer l'acquisition des connaissances, vous pourriez faire passer des tests aux participants et participantes, et ce, avant le webinaire (prétest) et juste après le webinaire, voire quelques semaines ou mois après celui-ci (post-test). Les questions ou activités des tests doivent permettre de mesurer le niveau de connaissances de votre public sur le sujet traité par votre événement, en fonction des objectifs d'apprentissage visés. Les participants et participantes devraient normalement obtenir un meilleur résultat au test réalisé après le webinaire. Si ce n'est pas le cas, par exemple, si quelques notions demeurent ambiguës pour votre public, une mise à jour du webinaire est souhaitable. Reconsidérez alors l'ensemble des aspects en lien avec son élaboration. Devriez-vous refaire une analyse de besoins? Revoir vos objectifs pour qu'ils soient plus pertinents ou réalistes? Modifier les activités d'apprentissage? Compléter le webinaire par du matériel visant à clarifier ou approfondir les notions? Déployer un autre moyen de transfert de connaissances ou de formation plus adéquate qu'un webinaire, ou encore qui sert à réactiver les connaissances (un rappel des notions après 6 mois, par exemple)?

Formulaire d'évaluation autoadministré pour recueillir l'appréciation du public

L'utilisation d'un formulaire pour recueillir les impressions et commentaires du public tout de suite après un webinaire est très fréquente. Plusieurs aspects peuvent être évalués à l'aide de questions fermées (avec choix de réponse) ou ouvertes (réponses écrites). Les questions sont élaborées en fonction des indicateurs quantitatifs ou qualitatifs retenus, eux-mêmes choisis sur la base des objectifs d'apprentissage fixés pour votre webinaire ou votre programmation. Voici quelques suggestions d'indicateurs à utiliser selon les aspects qui vous intéressent.

Aspects	Indicateurs
Atteinte du public	• Nombre de personnes inscrites • Nombre de participants et participantes • Profil des personnes inscrites et participantes • Pourcentage de personnes participantes par rapport aux personnes inscrites • Nombre de visionnements du webinaire en mode asynchrone • Moyen par lequel la personne a appris l'existence du webinaire (site Web, infolettre, un ou une collègue, etc.)
Utilité	• Niveau d'atteinte des objectifs d'apprentissage • Niveau de pertinence des contenus • Niveau de clarté des contenus • Niveau de pertinence des activités d'apprentissage (sondage, jeu-questionnaire, atelier en sous-groupe, etc.), c'est-à-dire qu'elles permettent de favoriser l'apprentissage[†] • Niveau de satisfaction des échanges avec les conférenciers ou conférencières • Niveau de satisfaction des échanges avec les autres personnes du public • Niveau de qualité perçue de l'animation • Niveau de satisfaction quant au format du webinaire (équilibre entre présentation et interaction) • Nombre/pourcentage de personnes qui évaluent être généralement satisfaites du webinaire, c'est-à-dire que le webinaire a répondu à leurs besoins et à leurs attentes[†]
Apprentissage	• Nombre/pourcentage de personnes qui déclarent avoir acquis de nouvelles connaissances[†] • Nombre/pourcentage de personnes qui signalent que le webinaire a renforcé ou validé des connaissances existantes[†] • Connaissances retenues • Nombre/pourcentage de personnes qui déclarent que les connaissances ont changé/renforcé leurs points de vue, opinions ou croyances[†] • Nombre/pourcentage de personnes qui mentionnent avoir l'intention d'utiliser les nouvelles connaissances acquises[†] et types d'utilisation (éclairer une décision, modifier une pratique, etc.)

[†] Indicateurs inspirés de Ohkubo S, Sullivan TM, Harlan SV, Timmons BK, Strachan M. Guide to Monitoring and Evaluating Knowledge Management in Global Health Programs [Internet]. 2013. Disponible sur : <https://msh.org/wp-content/uploads/2018/08/km-monitoring-and-eval-guide.pdf>

Certains aspects doivent être évalués à moyen ou long terme⁴⁶. C'est le cas des retombées d'utilisation des connaissances.

Aspects	Indicateurs
Utilisation des connaissances	Amélioration du sentiment de compétence
	Nombre/pourcentage de personnes ayant utilisé les connaissances acquises lors du webinaire pour prendre une décision [†]
	Nombre/pourcentage de personnes ayant modifié/ajusté une pratique à la suite du webinaire [†]
	Nombre/pourcentage de personnes ayant utilisé les connaissances pour implanter un programme ou une politique [†]

[†] Indicateurs inspirés de Ohkubo S, Sullivan TM, Harlan SV, Timmons BK, Strachan M. Guide to Monitoring and Evaluating Knowledge Management in Global Health Programs [Internet]. 2013. Disponible sur : <https://msh.org/wp-content/uploads/2018/08/km-monitoring-and-eval-guide.pdf>

Bien que plusieurs aspects soient intéressants à évaluer, vous devrez limiter le nombre de questions à inclure dans votre formulaire. Sinon, vous constaterez des effets négatifs sur le taux de réponse ou sur le taux d'achèvement. Ainsi, visez autour d'une dizaine de questions ou une durée de 5 à 10 minutes pour remplir votre formulaire.

En guise d'inspiration, nous vous proposons un [formulaire d'évaluation de la satisfaction](#), destiné aux participants et participantes, que vous pouvez utiliser et adapter à vos besoins.

Bilan avec les conférenciers, conférencières et l'équipe d'organisation

Réalisez un bilan de l'événement afin d'obtenir la perspective des gens qui ont présenté, qui ont animé ou qui ont contribué à la bonne conduite de votre webinaire. Ont-ils des commentaires ou suggestions d'amélioration à formuler, notamment à l'égard de votre soutien, de la plateforme, des méthodes technopédagogiques déployées? Quels ont été les bons coups ou les difficultés rencontrées? Comment les choses auraient-elles pu se dérouler autrement?

Bilan des webinaires précédents

Si vous tenez déjà des webinaires et que vous avez gardé certaines données de participation, voire des évaluations, elles peuvent être compilées pour éclairer vos programmations subséquentes. Voici quelques données qui peuvent vous aider :

- Portrait des personnes participantes et des personnes inscrites (région, organisation, profession)
- Taux de satisfaction

⁴⁶ Bien que pertinents, les sondages à moyen ou long terme obtiennent souvent de faibles taux de réponse. Gardez des attentes raisonnables.

- Mesure d'atteinte des objectifs des webinaires
- Difficultés techniques (inscription, plateforme, activités interactives)
- Suggestions et doléances du public et des conférenciers, conférencières
- Données entourant la promotion de l'événement.

Analyser les présences

Vous pouvez mesurer la différence entre le nombre de personnes inscrites et celles qui participent. De la même manière, vous pouvez mesurer la différence entre le nombre de personnes présentes à l'ouverture du webinaire, à la mi-parcours, puis à la fin. Cela peut vous renseigner sur plusieurs aspects de votre événement, comme la durée, le format, la promotion. Avez-vous débordé du temps imparti? Y avait-il un problème d'équilibre entre la présentation magistrale et les interactions avec le contenu et entre les personnes? La prestation de vos conférenciers ou conférencières était-elle dynamique ou plutôt monotone? La description de votre webinaire et de ses objectifs était-elle adéquate par rapport au rendu de la présentation? La promotion a-t-elle permis d'atteindre les bonnes personnes?

Peu importe le moyen que vous choisissiez pour évaluer votre webinaire ou votre programmation, ne sous-estimez pas la valeur d'une appréciation qualitative. Ayez une question ouverte pour recueillir les commentaires généraux ou suggestions. Que ce soit un appel à toutes et tous dans le clavardage en fin de rencontre ou une question inscrite dans votre formulaire d'évaluation. Ces données enrichiront votre compréhension de comment l'activité a été reçue, en plus d'obtenir possiblement des suggestions quant au format ou des noms de conférenciers et conférencières à inviter pour un prochain événement.

4.6 Formulaire d'évaluation de la satisfaction

Titre du webinaire

Formulaire d'évaluation de la satisfaction

INTRODUCTION

Chère personne apprenante,
Veuillez remplir le formulaire d'évaluation de la satisfaction. Cela exigera quelques minutes de votre temps, mais il nous sera très utile pour vous offrir dans le futur des webinaires répondant à vos attentes. Nous vous en sommes très reconnaissants.

Comment avez-vous entendu parler de ce webinaire ?

Champ ouvert : _____

IDENTIFICATION

Dans quel milieu exercez-vous votre profession ?

- ☐ Santé publique
- ☐ Milieu communautaire
- ☐ Réseau de la santé et des services sociaux
- ☐ Secteur privé ou privé conventionné
- ☐ Institution d'enseignement
- ☐ Autre, précisez : [Champ libre](#)

Dans quelle région travaillez-vous principalement ?

- ☐ 01 Bas-St-Laurent
- ☐ 02 Saguenay-Lac-St-Jean
- ☐ 03 Capitale Nationale
- ☐ 04 Mauricie et Centre-du-Québec
- ☐ 05 Estrie
- ☐ 06 Montréal
- ☐ 07 Outaouais
- ☐ 08 Abitibi-Témiscamingue
- ☐ 09 Côte-Nord
- ☐ 10 Nord-du-Québec
- ☐ 11 Gaspésie-Île-de-la-Madeleine
- ☐ 12 Chaudière-Appalaches
- ☐ 13 Laval
- ☐ 14 Lanaudière
- ☐ 15 Laurentides
- ☐ 16 Montérégie
- ☐ 17 Nunavik
- ☐ 18 Terres-Cries-de-la-Baie-James

Pour information : ce sont les régions sociosanitaires du Québec au moment d'écrire ces lignes. À adapter à votre réalité et le découpage régional que ...

ATTEINTE DES OBJECTIFS

Jusqu'à quel point ce webinaire vous a permis de répondre aux objectifs suivants :

Pour information : section à remplir avec vos objectifs pédagogiques pour

	Entièrement	Beaucoup	Peu	Pas du tout
Définir xxxxxxxxx	☐	☐	☐	☐
Expliquer xxxxxxxx	☐	☐	☐	☐
(Trois ou quatre objectifs d'Apprentissage de votre webinaire)				

SATISFACTION

APPRÉCIATION GLOBALE

Pour information : Ne retenez que les indicateurs qui vous intéressent.

	Entièrement en accord	En accord	En désaccord	Entièrement en désaccord
La structure du webinaire était logique et facile à suivre	☐	☐	☐	☐
Les contenus étaient pertinents	☐	☐	☐	☐
Les contenus étaient clairs	☐	☐	☐	☐
Les documents de référence étaient pertinents	☐	☐	☐	☐
L'animation était de qualité	☐	☐	☐	☐
Il y avait suffisamment d'activités interactives.	☐	☐	☐	☐
Les activités interactives stimulaient l'apprentissage.	☐	☐	☐	☐
Je recommanderais cette activité à mes collègues	☐	☐	☐	☐
Je prévois utiliser les nouvelles connaissances dans ma pratique	☐	☐	☐	☐
Champ ouvert : Lesquelles?				

Sur une échelle de 1 à 10, où 10 représente l'excellence, quelle note donneriez-vous à ce webinaire?	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4	☐ 5	☐ 6	☐ 7	☐ 8	☐ 9	☐ 10
--	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	-----------------------------

PLAN TECHNIQUE

J'ai éprouvé des difficultés techniques.

☐ Oui

☐ Non

Si oui, précisez : [Champ texte](#)

Quel système d'exploitation avez-vous utilisé pour visionner le webinaire?

☐ MAC

☐ Windows

☐ Linux

☐ Ubuntu

COMMENTAIRES ET SUGGESTIONS

Avez-vous d'autres commentaires ou suggestions à formuler au sujet de ce webinaire (format, thèmes, invité.e.s, etc.)?

[Champ libre](#)

Merci d'avoir rempli l'évaluation !

5 MÉTHODOLOGIE

5.1 Stratégie de recherche documentaire

5.1.1 Concepts

La stratégie de recherche utilisée pour consulter les bases de données accessibles a été élaborée avec l'aide d'une professionnelle du service des ressources documentaires de l'Institut national de santé publique du Québec (INSPQ). Deux principaux concepts ont été identifiés afin de réaliser cette stratégie de recherche :

- Concept 1 : Webinaires;
- Concept 2 : Guides.

Étant donné la paucité des ressources en français, la recherche a été faite en anglais. Toutefois, certains résultats issus d'autres langues sont ressortis étant donné les résumés présentés en anglais. Les mots clés utilisés pour rechercher dans les bases de données sont :

S1 : TI(webinar* or (web N2 (learning or conferencing)) or "online seminar*")

S2 : TI(tool* OR guide* OR guidance OR "best practice*" OR recommend* OR standard* OR development OR framework* OR process* OR template* or handbook* or "how to" or feasibility or evaluation)

S3 : S1 AND S2

5.1.2 Bases de données et date d'interrogation

La plateforme de recherche retenue pour appliquer la stratégie de recherche est *EBSCOhost*. Les bases de données bibliographiques consultées par le biais de cette plateforme sont *Medline*, *ERIC*, *Health policy reference center*, *Teacher reference center* et *CINAHL*. Cette stratégie de recherche a été lancée le 21 décembre 2021.

5.1.3 Limites

Les recherches ont été limitées aux études originales et aux revues systématiques ou de littérature grise publiées en langues anglaise et française. Aucune restriction n'a été appliquée en ce qui concerne la couverture géographique, mais une restriction chronologique a été faite entre les années 2005 et 2021. La revue de littérature nous a fait retourner jusqu'à 2005 pour les premières itérations d'études sur les webinaires. Rien d'autre correspondait aux critères d'inclusion avant cette date.

Il existe d'autres limites circonstancielles à cette étude. En effet, le modèle webinaire évolue beaucoup, autant dans ses formats que ses technologies. Des activités interactives se créent, les plateformes s'améliorent. Cette étude est pertinente à la date de sa publication, nous espérons qu'elle continuera de l'être pendant quelques années. De plus, nous observons une mouvance vers les webinaires hybrides – où le public peut assister autant en virtuel qu'en présentiel. Ce format n'a pas été traité.

5.1.4 Critères de sélection et de qualité

Parmi les critères de sélection appliqués se trouvent :

- Critères d'inclusion : articles en français ou en anglais, exposant des conditions gagnantes et pièges dans l'élaboration d'un webinaire, guides/outils pour la mise sur pied de webinaires, ressources d'aide à l'élaboration de webinaires issues d'instituts d'enseignement universitaire ou au moins au-delà du secondaire, descriptions de ressources pédagogiques en ligne prometteuses à appliquer à un webinaire.
- Critères d'exclusion : annonce, diffusion ou publicités de webinaires, analyses/évaluations de webinaires avec des thèmes trop éloignés (techniques de laboratoire, développement technologique, programmation informatique, etc.), enseignement en ligne autre que le webinaire, évaluations de webinaire ne s'adressant pas aux professionnels (pour les patients, par exemple), conférences web dont le but n'est pas le transfert de connaissances ou la formation.

Parmi les critères de qualité se trouvent une description de la méthodologie complète et rigoureuse, des résultats liés aux objectifs et aux conclusions, des études révisées par les pairs et sans apparence de conflit d'intérêts. Il est à noter que certains articles dont la qualité était moindre ont toutefois été retenus étant donné la pertinence des résultats par rapport au corps des connaissances et la fiabilité de la source comme son auteur ou sa source de publication.

Un conseiller et une conseillère scientifique ont effectué la mesure de qualité des articles grâce à l'outil *CASP Checklist : 10 questions to help you make sense of a Qualitative research* (<https://casp-uk.net/wp-content/uploads/2018/01/CASP-Qualitative-Checklist-2018.pdf>). Aucun désaccord n'existe entre les deux personnes attitrées à cette tâche.

5.1.5 Résultats

La recherche documentaire a permis de repérer 442 articles, soit 363 une fois le retrait des doublons effectué. Un premier tri effectué sur la base des titres et des résumés des articles, en fonction des critères de sélection et de qualité mentionnés dans la section précédente, a permis de réduire ce nombre à 80 articles. Puis, un second tri à partir des mêmes critères de sélection et de qualité des publications retenues, cette fois effectué à partir du texte intégral, a permis de restreindre à nouveau le nombre de résultats à 36 articles. À partir de l'examen des références

bibliographiques de ces articles, 5 articles non identifiés par la stratégie de recherche documentaire se sont ajoutés aux articles retenus. Au total, 41 études ont été incluses dans cette revue de la littérature (voir l’organigramme PRISMA à la section 5.4).

5.1.6 Sources de la littérature grise

Une recherche documentaire sommaire et rapide de la littérature grise a également été faite auprès des organismes de santé publique d’Europe, d’Amérique du Nord et de l’Océanie. De plus, les sites web d’universités canadiennes ont été sondés. Les mêmes mots-clés que pour la littérature scientifique ont été utilisés. Finalement, des ressources de littérature grise sont issues de recherches antérieures de collègues expertes en développement des compétences de l’INSPQ. Les éléments retenus ont été choisis en fonction de la pertinence des éléments proposés pour cette revue et l’originalité de certains éléments qui ne se trouvaient pas dans la revue de littérature scientifique. D’autres ressources documentaires servent à expliquer des concepts comme l’écriture à la voix active, par exemple. Au total, 32 ressources ont été retenues. Elles sont nommées dans la bibliographie.

5.2 Élaboration du guide

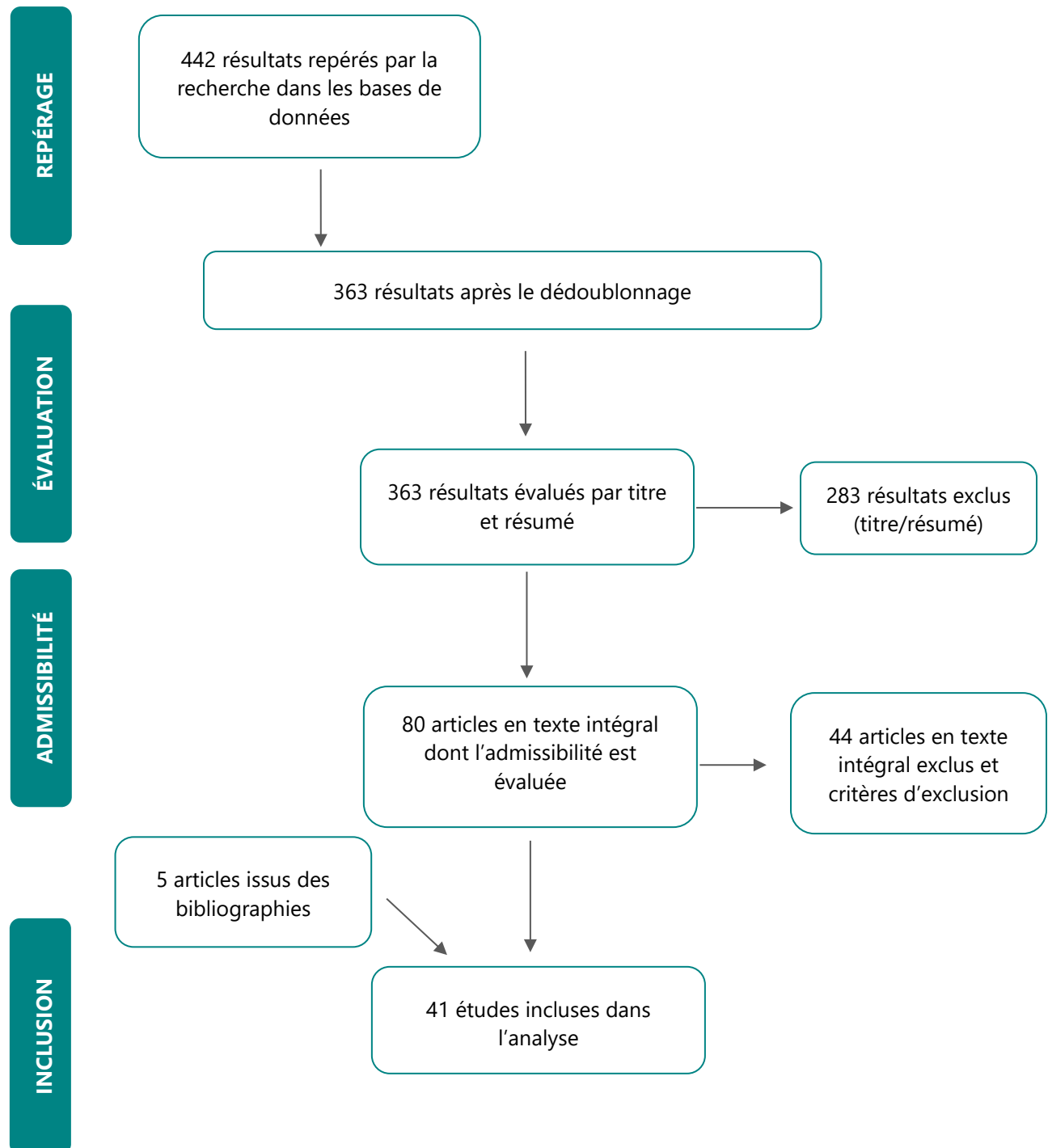
Les connaissances transmises dans ce guide sont donc issues d’une revue narrative systématisée de la littérature scientifique et d’une revue sommaire de la littérature produite par des organisations universitaires, gouvernementales ou de la société civile sur le sujet (littérature grise). Pour élaborer le guide, les éléments retenus sont ceux qui revenaient souvent, faisaient consensus dans la littérature, qui étaient issus de source fiable et qui semblaient proposer les meilleurs résultats – que ce soit par un exercice d’évaluation de l’appréciation ou de l’appropriation.

Afin de bonifier cet état des connaissances des bonnes pratiques, nous avons aussi consulté des collègues travaillant en transfert des connaissances et en développement des compétences en santé publique. La consultation de ces spécialistes nous a permis de corroborer les bonnes pratiques – via des groupes de travail et plusieurs boucles de validation du contenu et du texte.

5.3 Révision par les pairs

En conformité avec le *Cadre de référence sur la révision par les pairs des publications scientifiques de l’Institut national de santé publique du Québec*, une version préfinale du rapport a été soumise à des réviseuses. En prenant appui sur la grille institutionnelle (Institut national de santé publique du Québec, 2020), les réviseuses ont été conviées à apporter des commentaires et porter un regard critique sur l’approche de recherche et la présentation du guide.

5.4 Organigramme de type PRISMA



Traduit et adapté du [PRISMA 2009 Flow Diagram](#)

BIBLIOGRAPHIE SCIENTIFIQUE

1. Basaran, B., & Yalman, M. (2020). Examining University Students' Attitudes towards Using Web-Conferencing Systems in Distance Learning Courses : A Study on Scale Development and Application. *Knowledge Management & E-Learning*, 12(2), 209230. eric.
2. Black, A. T., Clauson, M., & Fraser, S. (2013). Nursing education and research rounds: Evaluation of a webinar-based education strategy to engage nurses and support practice. *Journal for nurses in professional development*, 29(5), 249-254. mdc. <https://doi.org/10.1097/01.NND.0000433148.41255.06>
3. Borgerson, D., & Dino, J. (2012). The Feasibility, Perceived Satisfaction, and Value of Using Synchronous Webinars to Educate Clinical Research Professionals on Reporting Adverse Events in Clinical Trials : A Report From the Children's Oncology Group. *Journal of Pediatric Oncology Nursing*, 29(6), 316322. cin20. <https://doi.org/10.1177/1043454212457465>
4. Brasili, A., & Allen, S. (2019). Beyond the Webinar : Dynamic Online STEM Professional Development. *Afterschool Matters*, 29, 916. eric.
5. Bross, V., Beck, M., & Leffler, J. J. (2011). Like a Haven in the Shifting Economic Sands : Making the Most of Web Conferencing Tools. *Serials Librarian*, 60(14), 203205. cin20. <https://doi.org/10.1080/0361526X.2011.556035>
6. Bryson, D. (2020). Using webinars to support your continuing professional development. *Journal of Visual Communication in Medicine*, 43(4), 222-224. cin20. <https://doi.org/10.1080/17453054.2020.1816811>
7. Buxton, E. C., Burns, E. C., & De Muth, J. E. (2012). Professional Development Webinars for Pharmacists. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 76(8), 17. cin20.
8. Çakiroğlu, Ü., & Aksoy, D. A. (2017). Exploring extraneous cognitive load in an instructional process via the web conferencing system. *Behaviour & Information Technology*, 36(7), 713725. cin20. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2016.1276964>
9. Catanzano, T. M., Nandwana, S. B., & Folio, L. R. (2020). Web-based Conferencing: Tips, Tricks, and Scenario-based Best Practices for Clinicians During a Pandemic Crisis. *Journal of computer assisted tomography*, 44(4), 465-471. mdc. <https://doi.org/10.1097/RCT.0000000000001072>
10. Chiswell, M., Smissen, A., Ugalde, A., Lawson, D., Whiffen, R., Brockington, S., & Boltong, A. (2018a). Using Webinars for the Education of Health Professionals and People Affected by Cancer: Processes and Evaluation. *Journal of Cancer Education : The Official Journal of the American Association for Cancer Education*, 33(3), 583-591. <https://doi.org/10.1007/s13187-016-1138-7>
11. Cueva, K., Cueva, M., Revels, L., Hensel, M., & Dignan, M. (2021). An Evaluation of Cancer Education Webinars in Alaska. *Journal of Cancer Education*, 36(3), 484490. cin20. <https://doi.org/10.1007/s13187-019-01651-x>
12. Cunningham, M., Elmer, R., Rüegg, T., Kagelmann, C., Rickli, A., & Binhammer, P. (2021). Integrating webinars to enhance curriculum implementation : AMEE Guide No. 136. *Medical Teacher*, 43(4), 372379. cin20. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1838462>
13. Fadlelmola, F. M., Panji, S., Ahmed, A. E., Ghouila, A., Akurugu, W. A., Entfellner, J.-B. D., Souiai, O., Mulder, N., & Consortium, H. R. working group as members of the H. (2019). Ten simple rules for organizing a webinar series. *PLOS Computational Biology*, 15(4), e1006671. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1006671>

14. Fehrenbach, M. J. (2013). Wazzup* with Webinars : Best Practices in Dental Hygiene Webinar Education. *Access*, 27(6), 2426. cin20.
15. Gilkey, M. B., Moss, J. L., Roberts, A. J., Dayton, A. M., Grimshaw, A. H., & Brewer, N. T. (2014). Comparing in-person and webinar delivery of an immunization quality improvement program : A process evaluation of the adolescent AFIX trial. *Implementation Science*, 9(1), 117. her.
16. Grech, J., & Grech, J. (2021). Nursing students' evaluation of a gamified public health educational webinar : A comparative pilot study. *Nursing Open*, 8(4), 18121821. cin20.
<https://doi.org/10.1002/nop2.826>
17. Guanci G. (2010). Best Practices for Webinars. *Creative Nursing*, 16(3), 119121. cin20.
18. GUEVARA, S. (2016). How to Stage Your Library's WEBINAR. *Computers in Libraries*, 36(9), 1922. cin20.
19. Hennis, M. P., & van Dam, M. (2021). A standard operating procedure for developing and hosting a webinar for healthcare professionals new to online teaching. *Postgraduate medical journal*, 97(1153), 683686. mdc. <https://doi.org/10.1136/postgradmedj-2020-138767>
20. How to Produce Effective Client Webinars as an Alternative to Seminars. (2015). *Elder Law Report*, 34(3), 88. her.
21. Lafuente, M. (2017). Getting Looped in to the Web : Characterizing Learning Processes and Educational Responses. *Interactive Learning Environments*, 25(1), 7284. eric.
22. LEE, K. (2010). How-to Ensure Webinar-Based Training Success. *Training*, 47(6), 1414. trh.
23. Li, J. (2014). Greeting You Online : Selecting Web-Based Conferencing Tools for Instruction in E-Learning Mode. *Journal of Library & Information Services in Distance Learning*, 8(1/2), 56-66. cin20.
<https://doi.org/10.1080/1533290X.2014.916246>
24. Lieser, P., Taf, S. D., & Murphy-Hagan, A. (2018). The Webinar Integration Tool: A Framework for Promoting Active Learning in Blended Environments. *Journal of Interactive Media in Education*, 2018(1). eric.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ1180364&lang=fr&site=ehost-live>
25. Lucey, K. (2018). *The Effect of Motivation on Student Persistence in Online Higher Education : A Phenomenological Study of How Adult Learners Experience Motivation in A Web-Based Distance Learning Environment* (ProQuest LLC. 789 East Eisenhower Parkway, P.O. Box 1346, Ann Arbor, MI 48106. Tel : 800-521-0600 ; Web site : <http://www.proquest.com/en-US/products/dissertations/individuals.shtml>) [ProQuest LLC]. eric.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=ED585591&lang=fr&site=ehost-live>
26. Luo, Y., Geng, C., Pei, X., Chen, X., & Zou, Z. (2021). The Evaluation of the Distance Learning Combining Webinars and Virtual Simulations for Senior Nursing Students during the COVID-19 Period. *Clinical Simulation in Nursing*, 57, 31-40. cin20. <https://doi.org/10.1016/j.ecns.2021.04.022>
27. Martin-Smith, J. D., McArdle, A., Carroll, S. M., & Kelly, E. J. (2015). Webinar: A useful tool in plastic surgery specialty trainee education. *Journal of plastic, reconstructive & aesthetic surgery: JPRAS*, 68(9), 1323-1324. mdc. <https://doi.org/10.1016/j.bjps.2015.05.034>
28. Nakanishi, M., Yamasaki, S., Endo, K., Niimura, J., Ziylan, C., Bakker, T. J. E. M., Granvik, E., Nägga, K., & Nishida, A. (2021). e-Learning and Web-Based Tools for Psychosocial Interventions Addressing Neuropsychiatric Symptoms of Dementia During the COVID-19 Pandemic in Tokyo, Japan: Quasi-Experimental Study. *JMIR medical education*, 7(4), e30652. mdc. <https://doi.org/10.2196/30652>

29. Power, T., & St-Jacques, A. (2014). The Graduate Virtual Classroom Webinar: A Collaborative and Constructivist Online Teaching Strategy. *Undefined*. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Graduate-Virtual-Classroom-Webinar%3A-A-and-Power-St-Jacques/18395a3910208be443f068477b38e2451d23cf58>
30. Radovan, M., & Perdihi, M. (2016). Developing Guidelines for Evaluating the Adaptation of Accessible Web-Based Learning Materials. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 17(4), 166-181. eric.
31. Reushle, S., & Loch, B. (2008). Conducting a Trial of Web Conferencing Software : Why, How, and Perceptions from the Coalface. *Online Submission*, 9(3), 1928. Eric
32. SILVERMAN, R. G. (2020). HOW TO DELIVER AN IMPACTFUL WEBINAR IN CHIROPRACTIC MEDICINE: Tips and benefits for extending your reach and growing your audience. *Chiropractic Economics*, 71(12), 5254. cin20.
33. Smith, D. (2020). The COVID-19 Crisis and Academic Development : Reflections on Running a Staff Development Webinar Series for Politics/IR Academics. *International Journal of Multidisciplinary Perspectives in Higher Education*, 5(1), 130135. eric.
34. Topor, D. R., & Budson, A. E. (2020). Twelve tips to present an effective webinar. *Medical Teacher*, 42(11), 12161220. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1775185>
35. Turkdogan, S., Chen, T., McHugh, T., Tremblay, M., Francoeur, D., & Daniel, S. J. (2021). Implementation of Interdisciplinary Province-Wide Webinar Series During the COVID-19 Pandemic by the Federation of Medical Specialists of Quebec (FMSQ) : A Survey Study. *Frontiers in Medicine*, 8, 728715. <https://doi.org/10.3389/fmed.2021.728715>
36. Wang, S.-K., & Hsu, H.-Y. (2008). Use of the Webinar Tool (Elluminate) to Support Training : The Effects of Webinar-Learning Implementation from Student-Trainers' Perspective. *Journal of Interactive Online Learning*, 7(3), 175194. eric.
37. WOFFORD, M. (2019). HOW TO LAUNCH A PODCAST OR WEBINAR FOR YOUR PRACTICE. *Chiropractic Economics*, 65(7), 2630. cin20.
38. Wozniak, H., Campbell, N., & Devonshire, E. (2021). A national faculty development program combining webinars with workplace-based peer practice for clinical supervisors. *Medical teacher*, 43(8), 922923. mdc. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2021.1929906>
39. Yo, E. C., Witjaksono, A. N., Fitriani, D. Y., Werdhani, R. A., & Parikesit, D. (2021). Evaluating knowledge retention and perceived benefits of medical webinar for professional development among Indonesian physicians. *Korean journal of medical education*, 33(4), 381-391. mdc. <https://doi.org/10.3946/kjme.2021.206>
40. Yost, J., Mackintosh, J., Read, K., & Dobbins, M. (2016). Promoting Awareness of Key Resources for Evidence-Informed Decision-making in Public Health : An Evaluation of a Webinar Series about Knowledge Translation Methods and Tools. *Frontiers in public health*, 4, 72. mdc. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2016.00072>
41. Zoumenou, V., Sigman-Grant, M., Coleman, G., Malekian, F., Zee, J. M. K., Fountain, B. J., & Marsh, A. (2015). Identifying Best Practices for an Interactive Webinar. *Journal of Family and Consumer Sciences*, 107(2), 6269. eric

BIBLIOGRAPHIE GRISE

1. Anderson, L.W., & Krathwohl (Eds.). (2001). *A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives*. New York: Longmanblo
2. Apolitical. (2022 a). 5 tips for running inclusive meetings, Apolitical, Royaume-Uni, <https://apolitical.co/solution-articles/en/5-tips-running-inclusive-meetings?share=copy&uuid=article>
3. Apolitical. (2022 b) The public servants' guide to remote meetings, Apolitical, Royaume-Uni, <https://apolitical.co/solution-articles/en/the-public-servants-guide-to-remote-meetings>
4. Association canadienne des professeures et professeurs d'université. (s.d.). *Guide de reconnaissance des Premières Nations et des territoires traditionnels*, Association canadienne des professeures et professeurs d'université, Canada, repéré à <https://www.caut.ca/fr/content/guide-de-reconnaissance-des-premieres-nations-et-des-territoires-traditionnels>
5. Brahimi, C. (2011). *L'approche par compétences : Un levier de changement des pratiques en santé publique au Québec*, Institut national de santé publique du Québec, Canada, 125 p., https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/1228_approchecompetences.pdf
6. Centers for Disease Control and Prevention. (2021). Quality training standards, Centers for Disease Control and Prevention, États-Unis d'Amérique, <https://www.cdc.gov/training/development/standards/index.html>
7. Consortium national de formation en santé. (2020). Vignette clinique (description), repéré à https://formation.cnfs.ca/assets/atelierscnfs/adopter-des-strategies-gagnantes/assets/pdf/outil/Vignette_clinique_Description.pdf
8. De Chamberet, Hélène. (2020). 12 formules pédagogiques à distance en 30 minutes, Université Laval, Canada, <https://www.enseigner.ulaval.ca/ressources-pedagogiques/webinaire-28-05-2020>
9. E-learning Heroes. (s.d.). The Dos and Don'ts of Separating Need-to-Know from Nice-to-Know, E-learning Heroes, États-Unis, <https://community.articulate.com/articles/the-dos-and-don-ts-of-separating-need-to-know-from-nice-to-know>
10. Fédération des aînées et aînés francophones du Canada. (2014). Guide, comment animer un atelier, Fédération des aînées et aînés francophones du Canada, Canada, <https://bv.cdeacf.ca/documents/PDF/60449.pdf>
11. Godrie, B. & Dos Santos, M. (2017). Présentation : inégalités sociales, production des savoirs et de l'ignorance. *Sociologie et sociétés*, 49(1), 7–31. <https://doi.org/10.7202/1042804ar>
12. GRAINE Guyane. (2017). Des outils d'animation pour mettre en œuvre la participation, GRAINE Guyane, https://graineguyane.org/wp-content/uploads/2017/09/Partie_3-Des-outils-d-animation-pour-mettre-en-oeuvre-la-participation-1.pdf
13. Institut national de santé publique. (s.d.). Données probantes. Repéré à <https://www.inspq.qc.ca/exercer-la-responsabilite-populationnelle/donnees-probantes>
14. Institut national de santé publique. (s.d.). Référentiels de compétences en santé publique. Repéré à <https://www.inspq.qc.ca/developpement-competences/ressources/referentiels>
15. Labesse, M. E. (2008). *Cadre de référence sur l'analyse de besoins de formation - Volet formation continue*, Institut national de santé publique du Québec, Canada, 78 p., <https://www.inspq.qc.ca/publications/800>
16. Lemire, N., Souffez, K. et Laurendeau, M.-C. (2009). *Animer un processus de transfert des connaissances. Bilan des connaissances et outil d'animation*. Direction de la recherche, formation et développement. Institut National de Santé Publique du Québec. Québec

17. Les propulseurs. (2013). Secouez-les ! Dix principes pour impliquer les participants lors d'une réunion ou d'un événement, Les propulseurs, France, <https://propulseurs.com/PDF/SECOUEZ-LES-PROPULSEURS.pdf>
18. Office québécois de la langue française. (s.d.) Principes généraux de la rédaction épiciène, Office québécois de la langue française, Canada, repéré à https://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?id=3912
19. Office québécois de la langue française. (s.d.) Voix active, Office québécois de la langue française, Canada, repéré à http://bdl.oqlf.gouv.qc.ca/bdl/gabarit_bdl.asp?id=2949
20. Ohkubo S, Sullivan TM, Harlan SV, Timmons BK, Strachan M. (2013). Guide to Monitoring and Evaluating Knowledge Management in Global Health Programs [Internet]. Disponible sur : <https://msh.org/wp-content/uploads/2018/08/km-monitoring-and-eval-guide.pdf>
21. Point d'Appui au Numérique Associatif (PANA). (s.d.). Fiche pratique #16 : Animer des temps collectifs à distance, Point d'Appui au Numérique Associatif (PANA), France, <https://www.helloasso.com/blog/wp-content/uploads/2020/10/Fiche-pratique-16-Animer-des-temps-collectifs-a-distance.pdf>
22. Polytechnique Montréal. (s.d.). Vignettes de pédagogie active, Polytechnique Montréal, Canada, <https://www.polymtl.ca/vignettes/>
23. Rivard, P. & Lauzier, M. (2013). *La gestion de la formation et du développement des ressources humaines : pour préserver et accroître le capital compétence de l'organisation*. Québec, Presses de l'Université du Québec, 327 p.
24. Roger, S. (2018). Qu'avez-vous à dire?. France: Marabout, 384 p.
25. Rose, B., Machanda, S., deVoss, K., O'Seadna, W. & R. Seymour. (2021). And we're live! Creating engaging public health webinars. Northwest Center for Public Health Practice, Seattle, Washington, 44p.
26. UNICEF. (s.d.). J'agis avec l'UNICEF, organiser une conférence ou un débat, UNICEF, France, https://www.unicef.fr/sites/default/files/fiche_initiative_organiser_conference_debat.pdf
27. Université de la Polynésie Française. (s.d.). Aide pédagogique : Techniques d'animation Comment animer un débat ?. Université de la Polynésie Française, France, http://dsi.upf.pf/wp-content/uploads/2015/03/recettes_fare_TICE_01_presentation_animation.pdf
28. Université de Montréal. (s.d. a). Donner son cours à distance en 6 étapes : de la planification à la prestation, Université de Montréal, Canada, https://cpu.umontreal.ca/fileadmin/cpu/documents/enseigner_distance/Donner_son_cours_a_distance_en_six_etapes_23-06-2020_1.pdf
29. Université de Montréal. (s.d. b). Enseigner à distance, Université de Montréal, Canada, <https://cpu.umontreal.ca/enseignement/enseigner-a-distance/>
30. Université de Montréal (s.d. c). Exemples - Taxonomies. Repéré à https://cpu.umontreal.ca/fileadmin/cpu/documents/planification/exemplesTaxonomies_CPU.docx
31. Université de Sherbrooke. (s.d.). La reconnaissance territoriale, Université de Sherbrooke, Canada, repéré à <https://www.usherbrooke.ca/autochtones/la-reconnaissance-territoriale>
32. Université Laval. (2020). Les webinaires en contexte de la COVID 19, Université Laval, Canada, <https://www.enseigner.ulaval.ca/ressources-pedagogiques/les-webinaires-en-contexte-de-la-covid-19#:~:text=En%20p%C3%A9riode%20de%20la%20COVID,par%20les%20formateurs%20et%20formatrices.>

Centre de référence
et d'expertise



www.inspq.qc.ca

*Institut national
de santé publique*

Québec

