

# Plan de Validation Empirique

---

## GC Bilingual Mastery Series™ - Path I Pilot Project

---

**Document:** Plan de Validation Empirique et Projet Pilote

**Auteur:** Manus AI pour RusingAcademy

**Date:** 7 novembre 2025

**Version:** 1.0

---

## Objectif du Projet Pilote

---

Valider empiriquement l' efficacité pédagogique, l' engagement des apprenants et la viabilité commerciale du Path I avant le déploiement à grande échelle des Paths II-VI.

**Durée du pilote :** 8 semaines (4 semaines de cours + 4 semaines d' analyse)

---

## Hypothèses à Valider

---

### Hypothèse 1 : Efficacité Pédagogique

**H1 :** Les apprenants qui complètent le Path I atteindront le niveau A1 du CEGR, démontré par :

- Un score moyen de 70%+ au quiz final
- Une performance satisfaisante au projet final (70%+ selon la grille d' évaluation)
- Une amélioration mesurable entre le pré-test et le post-test

**Critère de succès :** 80% des apprenants qui terminent le cours atteignent 70%+ au quiz final

---

## **Hypothèse 2 : Engagement et Rétention**

**H2 :** Le 30-Hour Confidence System™ et The Bilingual Launch Method™ maintiendront un taux d' engagement élevé :

- Taux de compléction : 60%+ (benchmark industrie : 15-30%)
- Temps moyen passé par leçon : 60-75 minutes
- Participation au forum : 40%+ des apprenants

**Critère de succès :** Taux de compléction  $\geq 60\%$

---

## **Hypothèse 3 : Satisfaction et Transformation**

**H3 :** Les apprenants rapporteront une transformation significative dans leur confiance linguistique :

- Score de satisfaction :  $4.5/5$  ou plus
- 80%+ des apprenants rapportent une augmentation de confiance
- 70%+ des apprenants recommanderaient le cours

**Critère de succès :** NPS (Net Promoter Score)  $\geq 50$

---

## **Hypothèse 4 : Viabilité Commerciale**

**H4 :** Le prix de 497 \$ CAD est acceptable pour le marché cible :

- Taux de conversion page de vente : 2-5%
- Taux de compléction du paiement : 80%+
- Faible taux de demande de remboursement : %

**Critère de succès :** Taux de demande de remboursement  $< 5\%$

---

# Méthodologie

---

## Recrutement des Participants

### Critères d' Inclusion

- Fonctionnaires fédéraux canadiens (ou aspirants)
- Niveau de français : Débutant absolu ou A1 faible
- Motivation : Besoin professionnel de maîtriser le français
- Engagement : Disponibilité de 7-10 heures/semaine pendant 4 semaines

### Taille de l' Échantillon

- **Cible** : 30 participants
- **Minimum** : 20 participants (pour assurer la validité statistique)

### Méthode de Recrutement

1. **Offre Pilote Gratuite** : Accès gratuit au Path I en échange de feedback détaillé

2. **Canaux de Recrutement** :

- LinkedIn (groupes de fonctionnaires fédéraux)
- Réseaux professionnels (APEX, IPAC)
- Publicités ciblées Facebook/Instagram
- Partenariats avec associations de fonctionnaires

3. **Processus de Sélection** :

- Formulaire de candidature en ligne
  - Entrevue de 15 minutes (pour évaluer la motivation et l' engagement)
  - Pré-test de niveau (pour confirmer le niveau A1 ou débutant)
-

## Collecte de Données

### Données Quantitatives

Métrique	Méthode de Collecte	Fréquence
Taux de complétion des leçons	Analytics Kajabi	Continu
Temps passé par leçon	Analytics Kajabi	Continu
Scores aux quiz	Kajabi Assessments	Après chaque module + final
Score au projet final	Grille d' évaluation manuelle	Fin du cours
Participation au forum	Analytics Kajabi	Continu
Pré-test / Post-test	Quiz externe (Google Forms)	Début et fin

### Données Qualitatives

Méthode	Timing	Objectif
Sondage de satisfaction	Fin du cours	Mesurer la satisfaction globale, identifier les points forts/faibles
Entrevues individuelles	Fin du cours (10 participants)	Approfondir les expériences, recueillir des témoignages
Journal d' apprentissage	Hebdomadaire (optionnel)	Comprendre le vécu émotionnel et les défis
Feedback sur chaque leçon	Après chaque leçon (formulaire court)	Identifier les leçons problématiques

### Instruments de Mesure

#### Pré-test / Post-test

**Format :** Quiz de 30 questions couvrant :

- Vocabulaire de base (10 questions)
- Grammaire (verbes être/avoir, présent, possessifs) (10 questions)
- Compréhension orale (écoute d'un dialogue simple) (5 questions)
- Compréhension écrite (lecture d'un courriel simple) (5 questions)

**Objectif :** Mesurer l'amélioration entre le début et la fin du cours

### Sondage de Satisfaction

**Questions clés :**

1. **Satisfaction globale** : “Sur une échelle de 1 à 5, à quel point êtes-vous satisfait de ce cours ?”
2. **Transformation** : “Sentez-vous que votre confiance en français a augmenté ? (Oui/Non/Un peu)”
3. **Recommandation** : “Recommanderiez-vous ce cours à un collègue ? (Oui/Non/Peut-être)”
4. **Points forts** : “Quels sont les 3 aspects du cours que vous avez le plus appréciés ?”
5. **Points à améliorer** : “Quels sont les 3 aspects du cours qui pourraient être améliorés ?”
6. **Charge de travail** : “Le temps requis par semaine était-il : Trop élevé / Approprié / Trop faible ?”
7. **Clarté des instructions** : “Les instructions étaient-elles claires ? (Oui/Non/Parfois)”
8. **Utilité professionnelle** : “Ce cours vous aidera-t-il dans votre travail ? (Oui/Non/Un peu)”

### Entrevues Individuelles

**Durée :** 30 minutes

**Format :** Semi-structuré

**Participants :** 10 volontaires (mix de compléteurs et non-compléteurs)

**Questions clés :**

1. “Racontez-moi votre expérience avec le Path I. Qu'est-ce qui vous a marqué ?”

2. "Quels ont été les moments où vous vous êtes senti le plus confiant ? Le moins confiant ?"
  3. "The Bilingual Launch Method™ (instructions bilingues) vous a-t-il aidé ou gêné ?"
  4. "Qu'est-ce qui vous a motivé à continuer ? Qu'est-ce qui vous a démotivé ?"
  5. "Si vous deviez changer une chose dans le cours, ce serait quoi ?"
  6. "Vous sentez-vous prêt à passer au Path II ?"
- 

## Analyse des Données

---

### Analyse Quantitative

#### Statistiques Descriptives

- Calcul des moyennes, médianes, écarts-types pour :
  - Scores aux quiz
  - Temps passé par leçon
  - Taux de complétion

#### Tests Statistiques

- **Test t apparié** : Comparer les scores pré-test et post-test (mesurer l'amélioration)
- **Corrélations** : Analyser la relation entre temps passé et performance
- **Analyse de régression** : Identifier les facteurs prédictifs de succès (âge, niveau initial, temps passé, etc.)

### Analyse Qualitative

#### Analyse Thématique

1. **Codage** : Identifier les thèmes récurrents dans les réponses ouvertes et les entrevues

- 2. Catégorisation** : Regrouper les thèmes en catégories (ex: pédagogie, contenu, design, support)
- 3. Interprétation** : Comprendre les expériences des apprenants et identifier les améliorations nécessaires

## Analyse de Sentiment

- Utiliser un outil d' analyse de sentiment (ou analyse manuelle) pour évaluer le ton des commentaires (positif, négatif, neutre)
- 

# Livrables du Projet Pilote

---

## Rapport de Validation Empirique

### Contenu :

#### 1. Résumé Exécutif

- Résultats clés
- Recommandations principales

#### 2. Méthodologie

- Description du processus de recrutement
- Profil des participants
- Instruments de mesure

#### 3. Résultats Quantitatifs

- Taux de complétion
- Scores aux quiz (moyennes, distributions)
- Amélioration pré-test / post-test
- Temps passé par leçon
- Participation au forum

#### 4. Résultats Qualitatifs

- Thèmes principaux identifiés
- Citations représentatives
- Analyse de sentiment

## 5. Validation des Hypothèses

- H1 : Efficacité pédagogique (validée / non validée)
- H2 : Engagement et rétention (validée / non validée)
- H3 : Satisfaction et transformation (validée / non validée)
- H4 : Viabilité commerciale (validée / non validée)

## 6. Recommandations

- Améliorations à apporter au Path I
- Ajustements pour les Paths II-VI
- Stratégies pour améliorer l' engagement et la rétention

## 7. Annexes

- Instruments de mesure (questionnaires, grilles d' évaluation)
  - Données brutes (tableaux, graphiques)
  - Transcriptions d' entrevues (sélection)
- 

## Témoignages et Études de Cas

**Objectif :** Créer du contenu marketing authentique basé sur les expériences réelles des participants

**Format :**

### 1. Témoignages écrits (3-5 phrases)

- Nom, titre, ministère (avec permission)
- Citation sur la transformation vécue

### 2. Témoignages vidéo (1-2 minutes)

- 3-5 participants volontaires

- Raconter leur parcours et leur transformation

### 3. Études de cas détaillées (1-2 pages)

- 2-3 participants avec des profils variés
  - Avant/Après détaillé
  - Défis rencontrés et comment le cours les a aidés
- 

## Timeline du Projet Pilote

Phase	Durée	Activités
<b>Phase 1 : Préparation</b>	2 semaines	Finalisation du Path I, création des instruments de mesure, recrutement
<b>Phase 2 : Pré-test</b>	1 semaine	Administration du pré-test, orientation des participants
<b>Phase 3 : Cours</b>	4 semaines	Les participants suivent le Path I, collecte de données continue
<b>Phase 4 : Post-test</b>	1 semaine	Administration du post-test, sondage de satisfaction, entrevues
<b>Phase 5 : Analyse</b>	2 semaines	Analyse quantitative et qualitative, rédaction du rapport
<b>Phase 6 : Ajustements</b>	2 semaines	Modifications du Path I basées sur les résultats
<b>Total</b>	<b>12 semaines</b>	-

---

# Budget Estimé du Projet Pilote

Poste	Coût Estimé
Recrutement (publicités, incitatifs)	1,000 \$
Outils de collecte de données (SurveyMonkey, Zoom pour entrevues)	200 \$
Analyse statistique (logiciel ou consultant)	500 \$
Rédaction du rapport (temps de travail)	2,000 \$
Ajustements du cours (temps de travail)	1,500 \$
Contingence (10%)	520 \$
<b>Total</b>	<b>5,720 \$</b>

**Note :** Le coût principal est le manque à gagner ( $30 \text{ participants} \times 497 = 14,910$ ), mais cet investissement est essentiel pour valider le produit avant le lancement commercial.

## Critères de Décision Post-Pilote

### Scénario 1 : Succès Complet (Toutes les hypothèses validées)

**Décision :** Lancer le Path I commercialement et commencer le développement des Paths II-III

#### Actions :

- Finaliser les ajustements mineurs identifiés
- Créer la campagne marketing basée sur les témoignages
- Fixer une date de lancement public (3-4 semaines après la fin du pilote)

### Scénario 2 : Succès Partiel (2-3 hypothèses validées)

**Décision :** Apporter des améliorations significatives avant le lancement

### **Actions :**

- Identifier les hypothèses non validées et les causes
  - Apporter des modifications substantielles (contenu, structure, pédagogie)
  - Considérer un second pilote réduit (10-15 participants) pour valider les changements
- 

### **Scénario 3 : Échec (0-1 hypothèse validée)**

**Décision :** Repenser fondamentalement le cours

### **Actions :**

- Analyser en profondeur les causes de l' échec
  - Consulter des experts en pédagogie des langues
  - Envisager une refonte majeure du contenu ou de la méthodologie
  - Reporter le lancement de 3-6 mois
- 

## **Conclusion**

---

Ce plan de validation empirique fournit une méthodologie rigoureuse pour tester le Path I avant son lancement commercial. En validant les hypothèses clés (efficacité pédagogique, engagement, satisfaction, viabilité commerciale), RusingAcademy pourra lancer le GC Bilingual Mastery Series™ avec confiance, en s' appuyant sur des données réelles plutôt que sur des suppositions.

Le succès du projet pilote sera la preuve que le 30-Hour Confidence System™ et The Bilingual Launch Method™ fonctionnent réellement, et que le programme a le potentiel de devenir la référence nationale en matière de formation linguistique pour la fonction publique canadienne.