

LEAD-MAGNET · ÉDITION 2026

10 questions à poser à un éditeur LMS

La grille pratique pour détecter les vrais écarts entre éditeurs en moins d'une heure.

Activateur Formation

Le courtier indépendant des projets LMS · Observatoire LMS 2026

RÉFÉRENCE

GRID-LMS-Q10-2026

DATE

Édition 2026 · v1

USAGE

Document interne client

À propos de cette grille

Cette grille est issue de l'expérience terrain des consultants Activateur Formation sur des appels d'offres LMS de toutes tailles. Le marché compte aujourd'hui plus de 800 solutions LMS dans le monde et pèse 23,35 Md\$ en 2024, projeté à 31,6 Md\$ en 2026 (Fortune Business Insights, 2025) : sans grille de tri, l'effort de short-list devient déraisonnable. Cette grille ne se substitue pas à un appel d'offres formel mais permet, en moins d'une heure d'entretien avec un éditeur, de détecter les angles morts et les engagements creux.

Chaque question est structurée en trois parties : la **question principale** à poser, le **pourquoi c'est important** issu de notre retour terrain, et les **sous-questions opérationnelles** à dérouler pendant l'entretien.

Comment l'utiliser

Imprimez-la avant chaque démonstration éditeur. Notez les réponses exactes (citations, chiffres, engagements). Comparez ensuite trois éditeurs sur la même grille : les écarts vous sauteront aux yeux. Conservez la trace écrite : elle deviendra une annexe contractuelle.

Sommaire des 10 questions

- 01.** Quel est votre modèle de revenu réel et que comprend exactement le tarif annoncé ?
- 02.** Combien de clients comparables au nôtre exploitent réellement la plateforme aujourd'hui ?
- 03.** Comment se passe concrètement une migration depuis notre LMS actuel ?
- 04.** Quels sont vos engagements de niveau de service contractuels et comment sont-ils mesurés ?
- 05.** Où sont hébergées les données et qui peut y accéder ?
- 06.** Quelle est votre roadmap produit sur les 12 prochains mois et qui décide ?
- 07.** Comment se passent concrètement les 90 premiers jours après signature ?
- 08.** Quelles intégrations natives existent réellement avec notre écosystème ?
- 09.** Comment mesurez-vous l'impact réel sur l'apprenant et le business ?
- 10.** Quelles sont les conditions exactes de sortie en fin de contrat ?

Indicateur Activateur

Un éditeur qui répond précisément à 8 questions sur 10 est un candidat sérieux. En dessous de 6, écartez-le ou exigez un nouveau passage en commission technique.

Question 01

Quel est votre modèle de revenu réel et que comprend exactement le tarif annoncé ?

Pourquoi c'est important

Beaucoup d'éditeurs annoncent un prix par utilisateur très bas, puis facturent en supplément l'authoring, le SSO, la création de portails, le support N2, le module mobile, l'API, ou les utilisateurs « inactifs mais provisionnés ». L'écart entre le prix vitrine et le coût total réel atteint régulièrement 40 à 70 %.

Sous-questions à poser

- Sur quelle base se calcule la facturation : utilisateurs actifs sur 30 jours, comptes provisionnés, learners uniques par an ?
- Quels modules sont inclus dans le pack standard et lesquels facturés en option ? Demandez la grille tarifaire complète.
- Quel est le seuil de palier suivant et son montant ? À quoi ressemble la facture si vous doublez vos utilisateurs ?
- Le SSO, l'API publique, le mobile natif et les intégrations RH sont-ils inclus ?
- Quel est le taux d'indexation annuel contractuel ? Avec ou sans plafond ?

Signal d'alerte (red flag)

Refus de communiquer une grille tarifaire écrite ou justification du prix « cas par cas » sans benchmark comparable.

Question 02

Combien de clients comparables au nôtre exploitent réellement la plateforme aujourd'hui ?

Pourquoi c'est important

Un éditeur peut revendiquer 500 clients dont 480 sont des PME de moins de 100 salariés. Si vous êtes un groupe de 8 000 collaborateurs sur 12 pays, vous devez parler à des références à votre échelle, pas à des early-adopters dans un secteur sans rapport.

Sous-questions à poser

- Combien de clients de plus de 5 000 utilisateurs actifs ?
- Combien dans notre secteur (banque, retail, industrie, public, santé) ?
- Trois références prêtes à prendre 30 minutes au téléphone, sans filtre commercial.
- Taux de churn sur les 24 derniers mois sur le segment grand compte.

Signal d'alerte (red flag)

Les seules références citées sont des logos prestigieux qui ne sont en réalité que des pilotes ou des contrats expirés.

Question 03

Comment se passe concrètement une migration depuis notre LMS actuel ?

Pourquoi c'est important

La migration est l'angle mort le plus coûteux des projets LMS. Les SCORM legacy, l'historique de complétion, les certifications réglementaires (CPF, OPCO, RGPD), les structures organisationnelles complexes : tout cela ne se migre pas par magie. Un projet sous-estimé sur la migration dérape de 4 à 9 mois.

Sous-questions à poser

- Quelle est votre méthodologie type de migration : étapes, livrables, jalons ?
- Migrez-vous l'historique de complétion individuel et combien d'années en arrière ?
- Comment gérez-vous les SCORM 1.2 anciens, les xAPI, les certifications réglementaires ?
- Le coût de migration est-il forfaitaire ou en régie ? Quelle pénalité de dépassement ?
- Combien de migrations avez-vous menées depuis [nom de votre LMS actuel] ces 24 derniers mois ?

Signal d'alerte (red flag)

« Pas d'inquiétude, on s'en occupe » sans plan de migration écrit, sans estimation de charge, sans cas client comparable.

Question 04

Quels sont vos engagements de niveau de service contractuels et comment sont-ils mesurés ?

Pourquoi c'est important

Un SLA à 99,5 % sur le papier ne vaut rien si la mesure exclut les fenêtres de maintenance, les incidents partenaires (CDN, IDP), ou si les pénalités sont plafonnées à 5 % du mois concerné. Pour un parcours réglementaire critique, une indisponibilité d'une matinée peut coûter plus cher que l'abonnement annuel.

Sous-questions à poser

- Quel est le SLA contractuel exact, avec ou sans périmètre d'exclusion ?
- Quelles sont les pénalités effectives en cas de manquement, en montant et non en pourcentage ?
- Délais d'engagement de réponse et de résolution par criticité (P1 / P2 / P3) ?
- Statut public temps réel de la plateforme accessible librement ?
- Historique des 12 derniers mois d'incidents majeurs : combien, quelle durée moyenne ?

Signal d'alerte (red flag)

SLA verbal, statut non public, refus d'écrire des pénalités en valeur absolue.

Question 05

Où sont hébergées les données et qui peut y accéder ?

Pourquoi c'est important

RGPD, souveraineté, exigences sectorielles (finance, santé, défense, public) : la localisation des données et le périmètre des accès tiers (sous-traitants, support offshore, IA générative) doivent être explicites et contractualisés. Un éditeur qui hésite sur ces sujets exposera votre DPO à un audit difficile.

Sous-questions à poser

- Hébergement primaire, secondaire et back-up : pays, fournisseur, certifications ?
- Avez-vous une certification HDS, ISO 27001, SecNumCloud, SOC 2 type II ?
- Quelle est la liste de vos sous-traitants ultimes et leurs pays d'opération ?
- Les données passent-elles par des modèles IA tiers ? Lesquels, sous quel contrat ?
- Procédure et délai d'export complet de nos données en cas de fin de contrat ?

Signal d'alerte (red flag)

Hébergement « UE » sans précision du pays, support technique délégué hors UE sans clauses contractuelles.

Question 06

Quelle est votre roadmap produit sur les 12 prochains mois et qui décide ?

Pourquoi c'est important

Une plateforme dont la roadmap stagne perd rapidement en pertinence face aux usages. Une roadmap dictée uniquement par le plus gros client ne servira pas vos intérêts. Une roadmap dictée par la VC qui finance l'éditeur peut pivoter du jour au lendemain. Vous devez comprendre la gouvernance produit.

Sous-questions à poser

- Roadmap publique des 12 prochains mois avec releases planifiées ?
- Quel est le mécanisme de priorisation des évolutions clients ?
- Existe-t-il un club utilisateurs ? Un Product Advisory Board grands comptes ?
- Cycle de release : trimestriel, mensuel, continu ? Forcés ou opt-in ?
- Quelle est la stratégie IA générative, à 6 et 18 mois ?

Signal d'alerte (red flag)

Roadmap secrète sous NDA seulement, ou « tout ce que vous demanderez sera fait ».

Question 07

Comment se passent concrètement les 90 premiers jours après signature ?

Pourquoi c'est important

Le succès d'un déploiement LMS se joue dans les trois premiers mois. Vous devez avoir une vision claire et écrite de la mobilisation côté éditeur : qui est votre interlocuteur unique, combien de jours-homme sont alloués, quels sont les jalons et les critères de succès.

Sous-questions à poser

- Plan d'onboarding écrit, sur 90 jours, avec jalons et livrables ?
- Customer Success Manager nommé : son nom, son portefeuille, son ancienneté ?
- Combien de jours de formation administrateur et de jours de paramétrage inclus ?
- À quel moment êtes-vous payés : à la signature, au go-live, à la complétion ?
- Sur les 5 derniers déploiements similaires, quel a été le délai go-live moyen ?

Signal d'alerte (red flag)

Onboarding sans plan écrit, CSM partagé entre 30 + comptes, paiement intégral à la signature.

Question 08

Quelles intégrations natives existent réellement avec notre écosystème ?

Pourquoi c'est important

Une « intégration » peut désigner un connecteur clé en main et certifié, un Web service à coder soi-même, ou un simple export CSV par mail. La différence entre les trois est de plusieurs dizaines de milliers d'euros et de plusieurs mois de projet. Demandez à voir les intégrations en démonstration sur le tenant d'un client comparable.

Sous-questions à poser

- Connecteurs natifs et certifiés : SIRH (Workday, SuccessFactors, Cegid, ADP), SSO (Azure AD, Okta), visio (Teams, Zoom), CRM (Salesforce, HubSpot) ?
- Quels champs sont synchronisés, dans quel sens, à quelle fréquence ?
- API REST publique documentée, rate limits, environnement de sandbox ?
- Démonstration live sur un tenant client de l'intégration la plus critique pour vous.

Signal d'alerte (red flag)

« Tout est possible avec notre API » sans démonstration, sans documentation publique, sans cas client.

Question 09

Comment mesurez-vous l'impact réel sur l'apprenant et le business ?

Pourquoi c'est important

Les directions formation doivent désormais justifier leur budget par des indicateurs business, pas seulement par des taux de complétion. Un bon LMS expose nativement des indicateurs métiers (rétention 90j, application sur le poste, NPS apprenant, corrélation parcours / performance) et ne se limite pas au reporting d'usage.

Sous-questions à poser

- Tableau de bord standard livré avec la plateforme : quels indicateurs ?
- Capacité à corréler données LMS et données métier (CRM, RH, qualité) ?
- Indicateurs Kirkpatrick niveaux 1 à 4 nativement disponibles ?
- Connecteurs BI standards (PowerBI, Tableau, Looker) ?
- Trois clients prêts à montrer leurs dashboards en démonstration.

Signal d'alerte (red flag)

Reporting limité aux compteurs de complétion / temps passé, pas d'export brut, pas de connecteur BI.

Question 10

Quelles sont les conditions exactes de sortie en fin de contrat ?

Pourquoi c'est important

C'est la question qui fâche, et celle qui distingue un éditeur mature d'un éditeur opportuniste. Une clause de réversibilité claire, un format d'export standard, un délai borné, et une absence de pénalité de sortie : tout cela doit figurer dans le contrat avant signature, jamais après.

Sous-questions à poser

- Format d'export complet de nos contenus, données et historiques (SCORM, xAPI, CSV) ?
- Délai contractuel maximal pour livrer l'export complet ?
- Frais de réversibilité : forfait, en régie, plafond ?
- Durée minimale d'engagement et conditions de résiliation anticipée ?
- Que devient la donnée après la fin du contrat : durée de conservation, destruction certifiée ?

Signal d'alerte (red flag)

Pas de clause de réversibilité écrite, frais de sortie « calculés à ce moment-là », ou export limité à un format propriétaire.

Besoin d'aller plus loin ?

Activateur Formation est un courtier indépendant spécialisé sur les projets LMS, LXP et Digital Learning. Nous accompagnons les directions formation des grands comptes et ETI dans le choix, la négociation et le déploiement de leur plateforme.

Notre indépendance est totale : nous ne touchons aucune commission des éditeurs et publions des comparatifs sourcés sur l'observatoire LMS.

Réservez 30 minutes de cadrage gratuit

Échangeons sur votre contexte, vos enjeux et la meilleure approche pour fiabiliser votre projet LMS. Sans engagement, sans pitch commercial.

meetings-eu1.hubspot.com/activateur-formation/agenda-prad

Site	lms.activateur-formation.com
Email	contact@activateur-formation.com
Observatoire	lms.activateur-formation.com/observatoire
Compareur	lms.activateur-formation.com/comparer

© Activateur Formation — Tous droits réservés. Document fourni à titre indicatif. Les informations sur les éditeurs sont sourcées et vérifiées à la date d'édition. Reproduction libre dans le cadre d'un usage interne au sein de l'entreprise destinataire.