

Cercle d'apprentissage

Initiation à la gamification

EcoGameLab, agence de gamification.



Alexandre Duarte *Fondateur de EcoGameLab*

Mobiliser sur le développement durable par la gamification



Consultant & Designer
en gamification



PUSHTALENTS

évident!
l'incubateur
d'étonnants projets



Fidbak

Démocratiser la gamification
avec des outils pratique
et de la sensibilisation



ICE-BREAKER

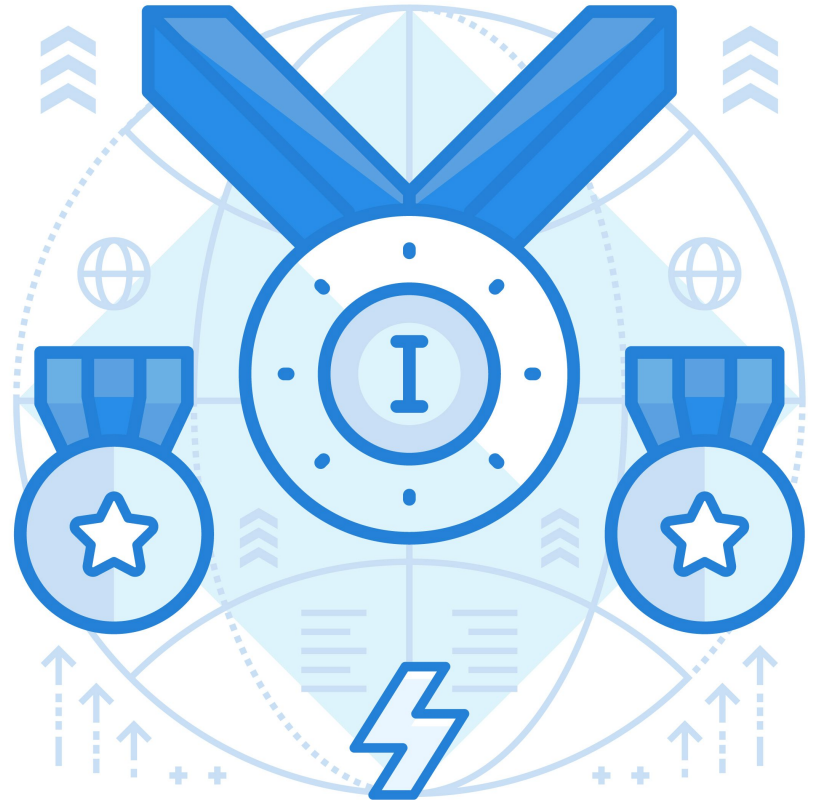


**Choisir un jeu et expliquer
pour quelles raisons
il nous plaît.**

La gamification - définition

C'est une méthode qui consiste à **appliquer des mécanismes ludiques** à un processus, une application, une situation, afin d'atteindre des **objectifs spécifiques**.

Elle vise en priorité à **engager** l'humain sur la durée, essentiellement pour fidéliser, motiver, former, impliquer, challenger et récompenser.



La gamification, est-ce un jeu ?



GAMIFICATION

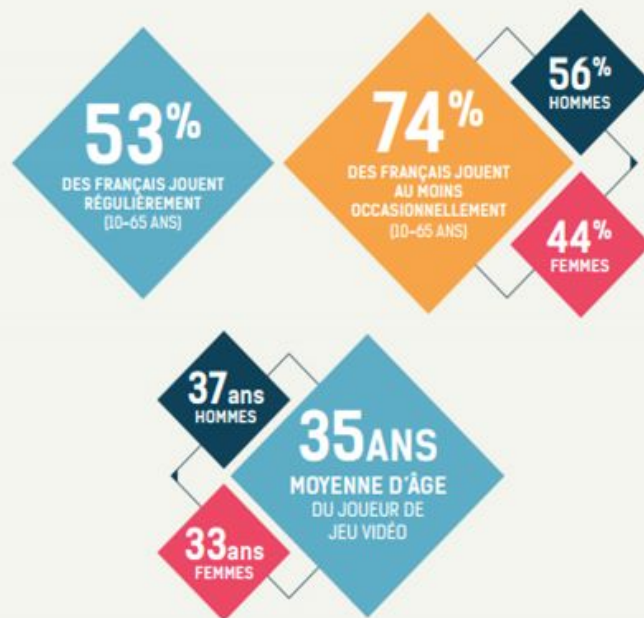
Des éléments ludiques sont ajoutés à une situation concrète



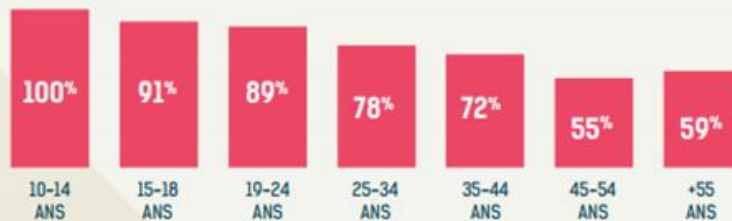
SERIOUS GAME

Des éléments “sérieux” sont mis en avant dans un jeu

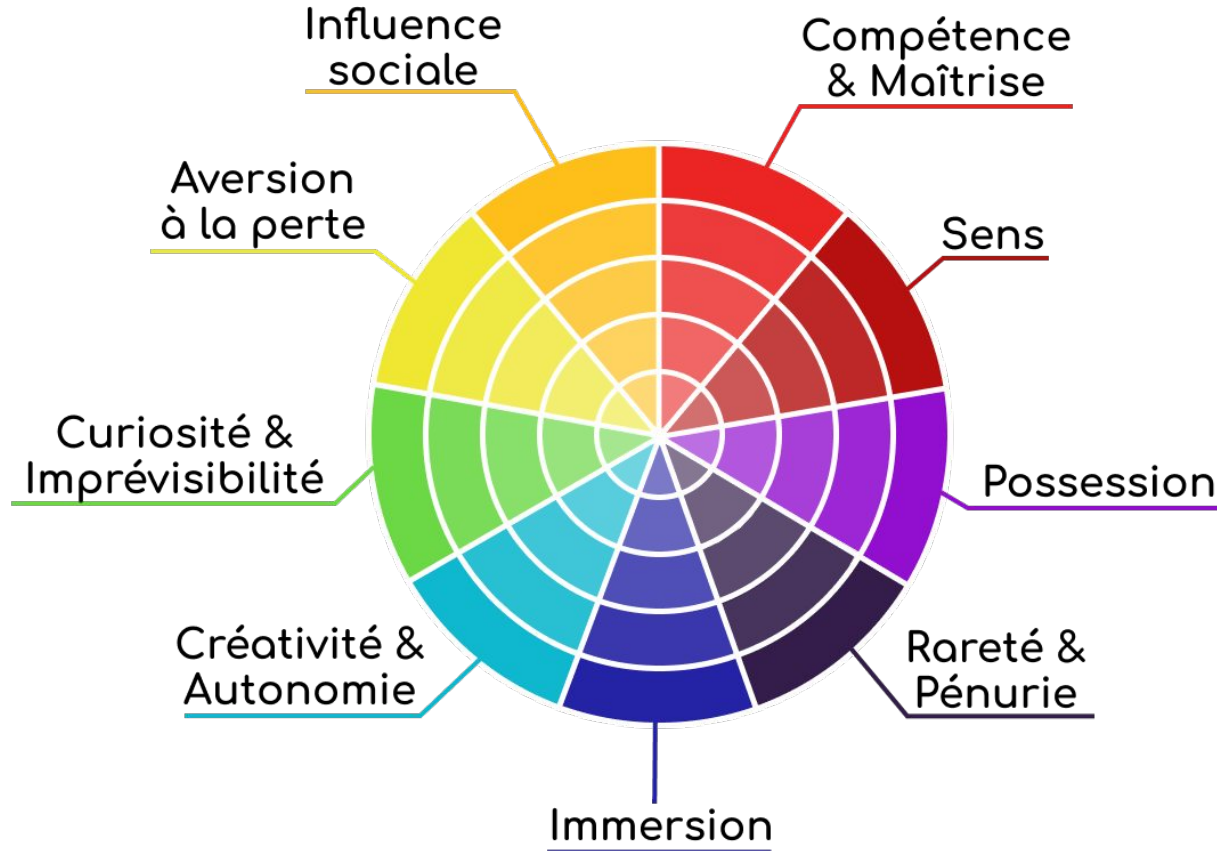
Qui joue ?



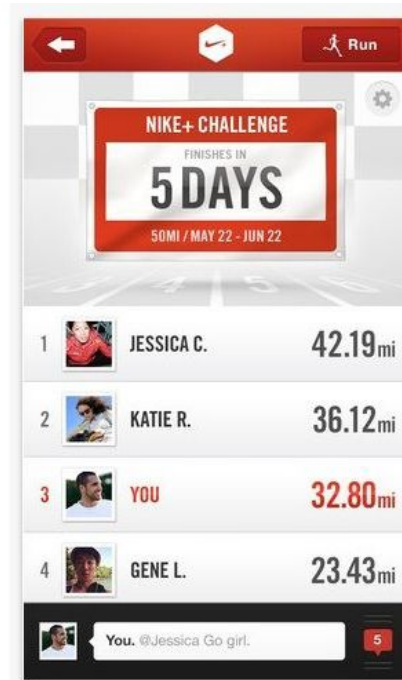
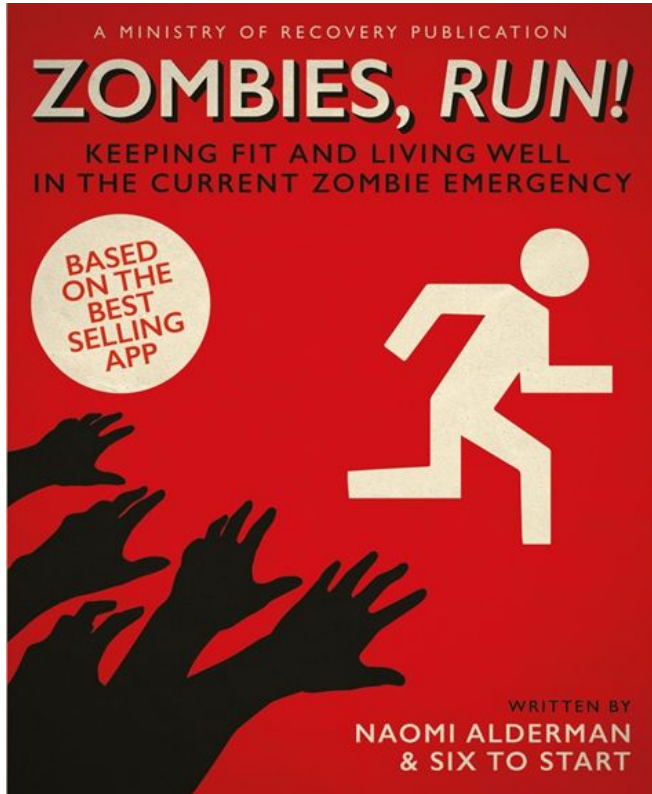
POURCENTAGE DE JOUEURS PAR TRANCHE D'ÂGE



Les 9 leviers d'engagement



Quels leviers sont à privilégier ?



Des goûts différents selon les profils



La gamification dans votre quotidien

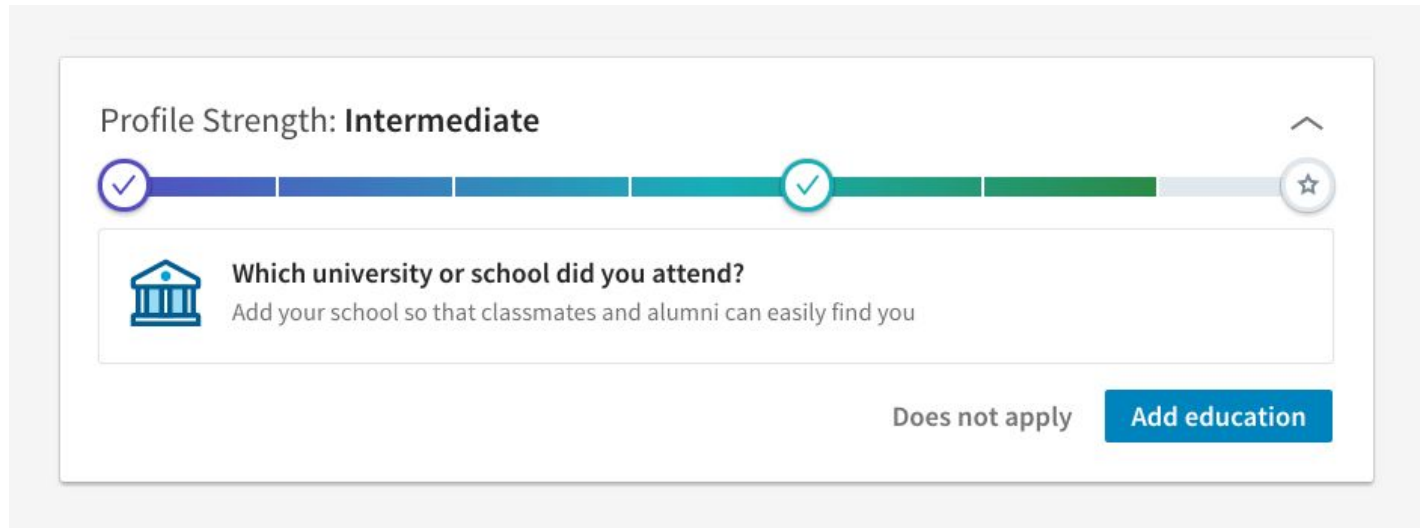
L'ingrédient clé
des applications à succès



Un document proposé par EcoGameLab, agence de gamification.




Le **barre de progression** est sans doute l'élément le plus classique et le plus efficace en terme de gamification. La barre de progression permet à tout moment de savoir notre progression par rapport à un objectif et nous motive à l'atteindre.



Profile Strength: **Intermediate**

Progress bar showing completion status (checkmarks and star icon).

 **Which university or school did you attend?**
Add your school so that classmates and alumni can easily find you

Does not apply [Add education](#)

Blablacar et les statuts

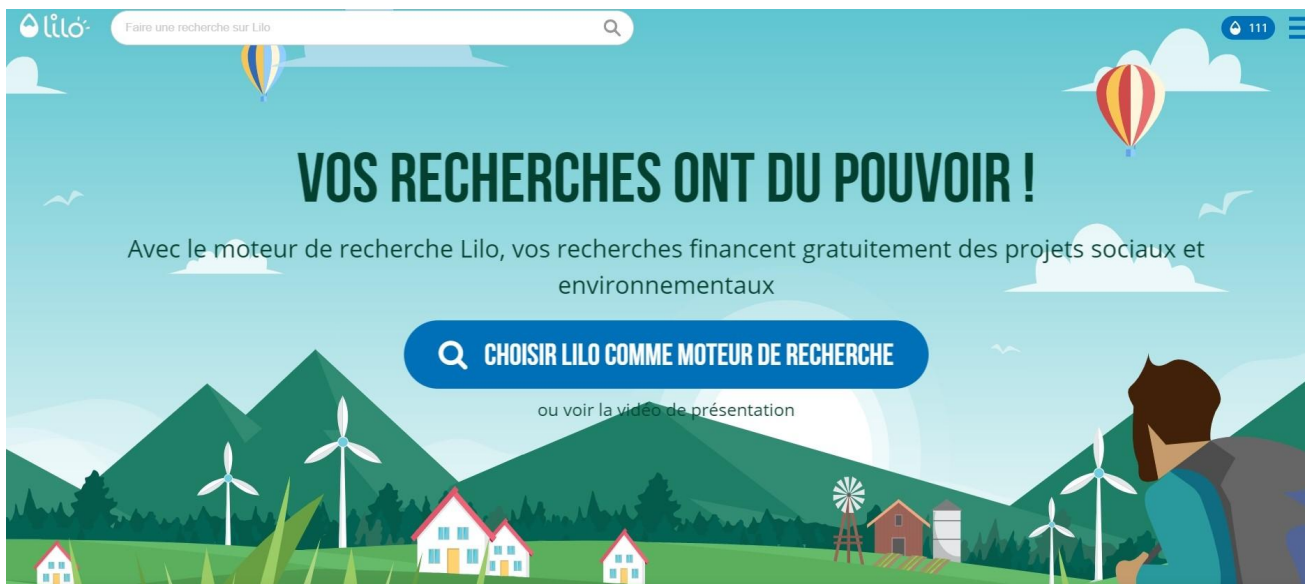


Le **statut** caractérise l'utilisateur au sein de la communauté. Le statut véhicule un message auprès des autres utilisateurs et peut être accompagné de divers avantages ou inconvénients.





Le sens fait appel au besoin de faire partie de quelque chose de plus grand que soi, de donner un sens épique à nos actions.

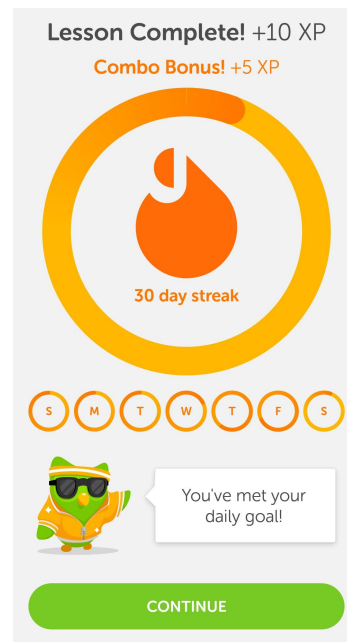
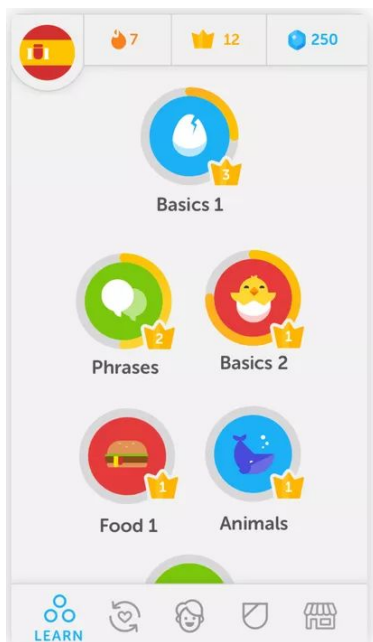


The screenshot shows the Lilo website homepage. At the top left is the Lilo logo and a search bar with the placeholder text "Faire une recherche sur Lilo". At the top right, there is a notification icon with the number "111" and a menu icon. The main heading is "VOS RECHERCHES ONT DU POUVOIR !" in large, bold, dark green letters. Below this, a sub-heading reads "Avec le moteur de recherche Lilo, vos recherches financent gratuitement des projets sociaux et environnementaux". A prominent blue button with a magnifying glass icon contains the text "CHOISIR LILO COMME MOTEUR DE RECHERCHE". Below the button, there is a link that says "ou voir la vidéo de présentation". The background is a colorful illustration of a landscape with green mountains, white wind turbines, a red barn, a water tower, and a person with a backpack looking out over the scene. Two hot air balloons are visible in the sky.

Duolingo et les challenges



Les **challenges** permettent de concentrer la motivation de l'utilisateur afin d'atteindre l'objectif fixé. Des défis clairs, successifs et représentant le bon niveau de challenge sont la clé du succès de Duolingo.



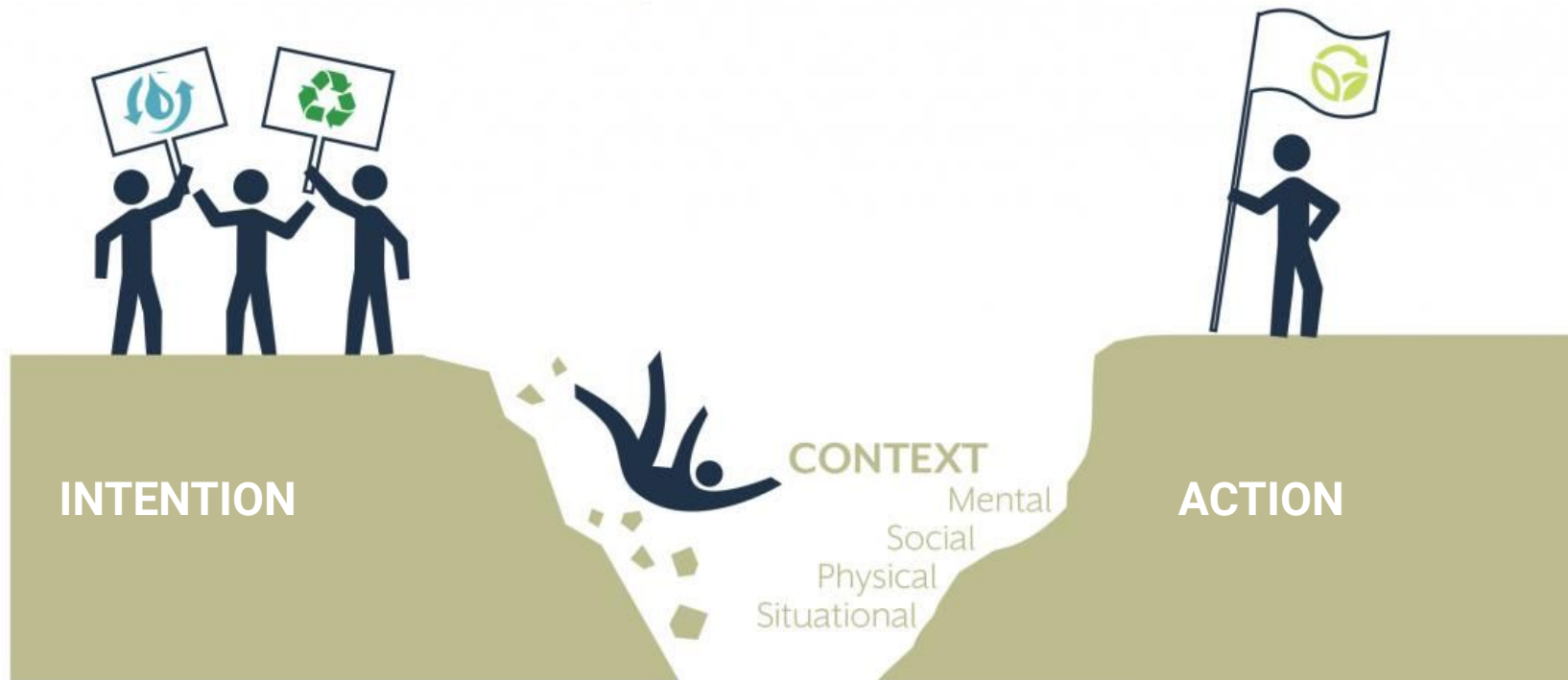
La gamification dans la conduite du changement

Qu'est-ce qui fait qu'on passe de
l'intention à l'action ?

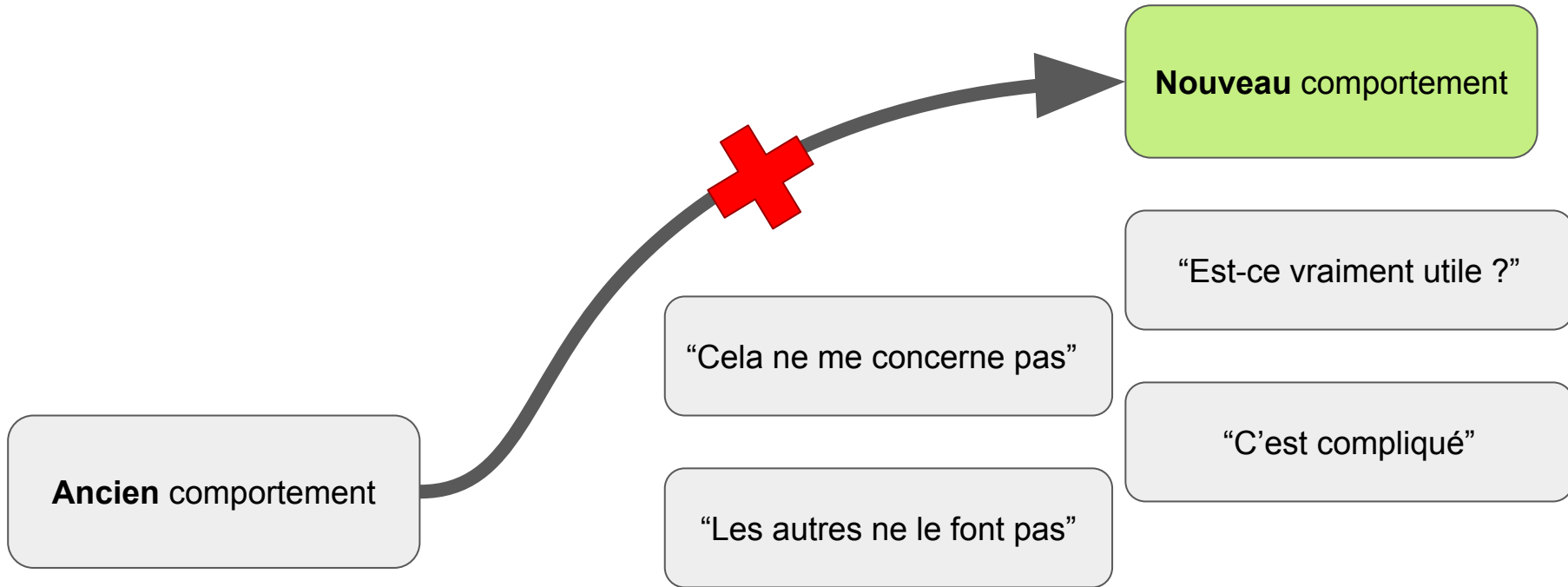


Un document proposé par EcoGameLab, agence de gamification.

Le gap de l'intention à l'action



Les barrières à lever



Les leviers pour passer à l'action



Les barrières à lever

“Je ne suis pas concerné”



Les leviers pour agir

Se sentir concerné



La Fresque du climat

- **3 heures** pour comprendre le réchauffement climatique et ses conséquences
- Plus de **5000 joueurs**
- Jusqu'à **900 joueurs simultanés**

Un atelier ludique et pédagogique

Les barrières à lever

“Les autres ne le font pas”



Les leviers pour agir

L'influence sociale



Les leviers pour agir

L'influence sociale



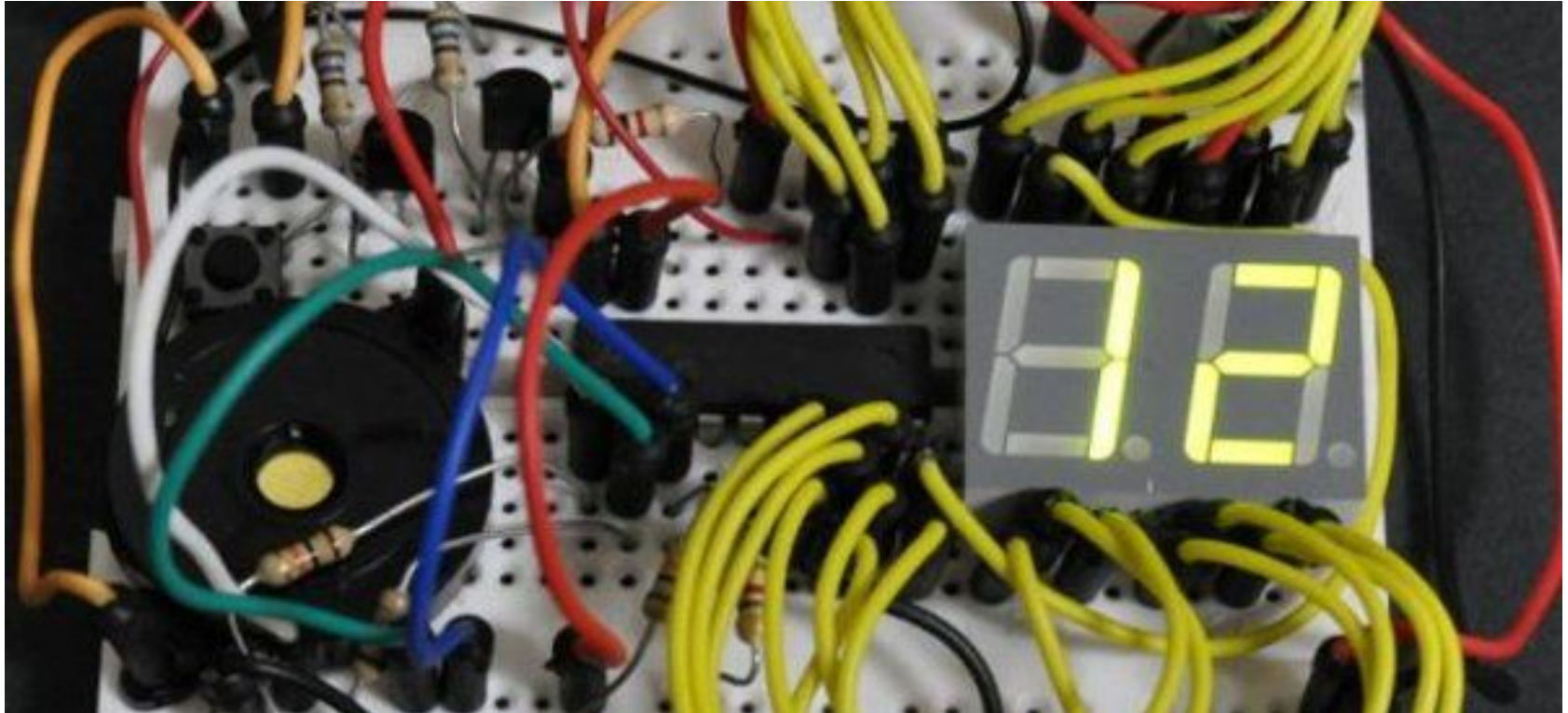
Familles à énergie positive

- Plus de 45 000 familles engagées
- 10% d'économies d'énergie / an
- 200 € d'économies / an

*Les capitaines d'équipes ont un rôle clé :
parrainage, accompagnement, relances*

Les barrières à lever

“C’est complexe”



Les leviers pour agir

Facile et fun

Mission : Portez une attention

Offrez un jus de fruit local



Passez cette carte à quelqu'un avec la boisson. Exemple : Jus de pommes
Marque Parc !

Pour vous aider à réaliser le défi, RDV sur j-c-a.fr/carte15

UNE FOIS LA MISSION ACCOMPLIE OU À TOUT MOMENT :	
SUIVEZ LE PARCOURS DE CETTE CARTE SUR L'APPLI SNEAKYCARDS OU J-C-A.FR	N° DE SUIVI

SneakyCards



1. Réaliser un challenge
2. Donner la carte à quelqu'un
3. Recommencer

36 challenges à partager !

SNEAKY CARDS™
JE(U) COMMENCE AUJOURD'HUI !

Les leviers pour agir

Facile et fun

Les nudges

Incitation à faire le bon comportement

Plutôt thé ou café ?



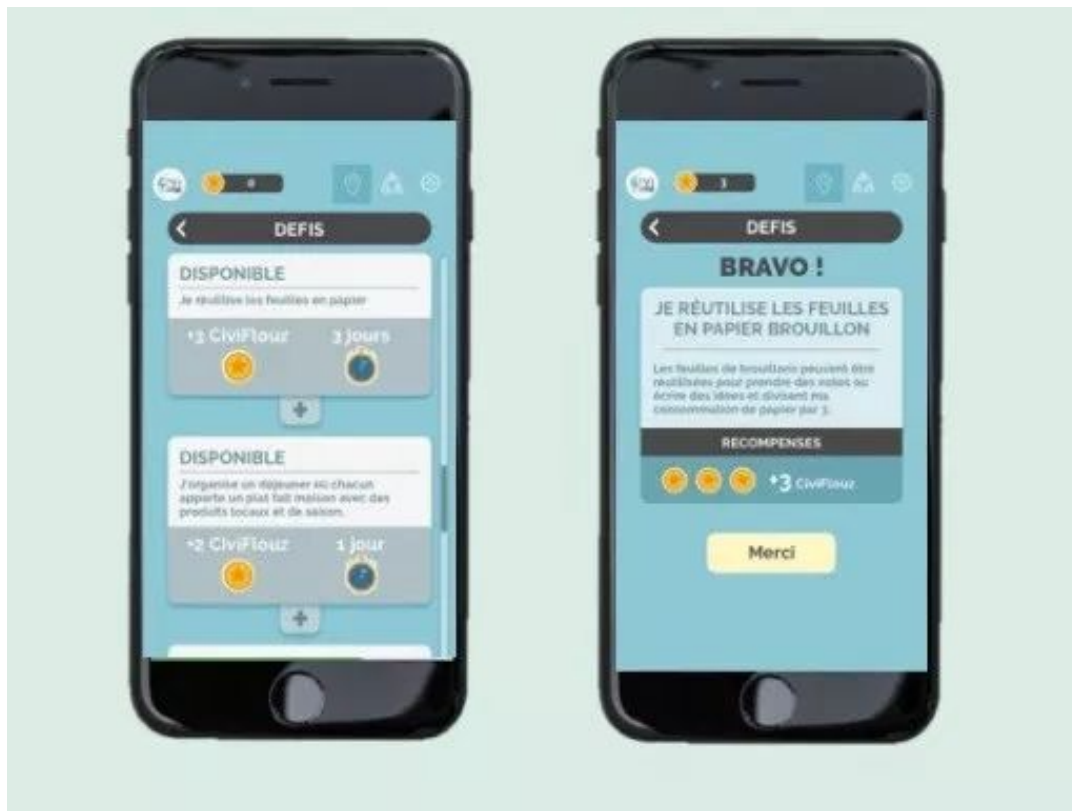
Les barrières à lever

“Est-ce vraiment utile ?”



Les leviers pour agir

Mesurer l'impact



- *L'impact de chaque challenge réalisé est connu*
- *La progression à l'échelle de l'entreprise est significative*

Les leviers pour agir

Mesurer l'impact



WeNow

- **15 millions** de km parcourus
- **10%** de réduction de la consommation
- **300 000** tonnes-équivalent CO₂ évitées

Grâce à des feedbacks personnalisés sur votre conduite

Pas de solutions miracles

Des outils sur mesure pour chaque profil et chaque situation



Fidbak



La communauté Gamifi'cartes devient...

...La communauté **Fidbak**

Une communauté pour tous ceux et celles qui veulent progresser dans la connaissance et la pratique de la Gamification.

[Rejoindre le Slack](#)



A vous de jouer 🎲

La gamification n'est pas une tendance éphémère mais belle et bien **une des clés de la réussite des entreprises de demain.**

Faites la différence, intégrez la gamification dans vos futurs projets et **engagez vos utilisateurs !**



Alexandre Duarte

- alexandre@ecogamelab.com
- + 33 (0) 6 71 93 27 99
- EcoGameLab.com

