

MODULE

> COMMUNICATION

THÈME 24

> **GAMIFICATION : NOUVEL OUTIL POUR SOLLICITER LES CLIENTS**



1. Qu'est-ce que la *gamification* ?
2. Objectifs
3. La *gamification* en entreprise : cas de la communication interne
4. Etapes d'une stratégie de *gamification*
5. Points à retenir...

Gamification

- Utilisation de techniques de jeux (attribution d'un score, utilisation de quizz, récompenses, système de points...) pour inciter , fidéliser...
- (usage de l'Internet)
- Favorise l'engagement de la personne qui y participe, encourage à la consommation
- Permet de développer la créativité, motiver les forces de vente, en faire un outil de communication, tester une gamme de produits...

Communication interne



- Participation de la cible concernée
- Implication et appropriation plus rapides, plus fortes (cf slide suivant)

Communication grand public



- Travail d'image : une image « sympathique », « fun »
- Travail de visibilité : plus claire
- Levier d'animation : apport de contenu, divertissement

Relation clientèle



- Relation plus riche
- Fidélisation les clients par le jeu
- Incitation au changement des comportements
- Renforcement de la communauté, gestion de la relation client, récompense des membres les plus actifs, animation de la communauté par le jeu

ENTREPRISE

Informer

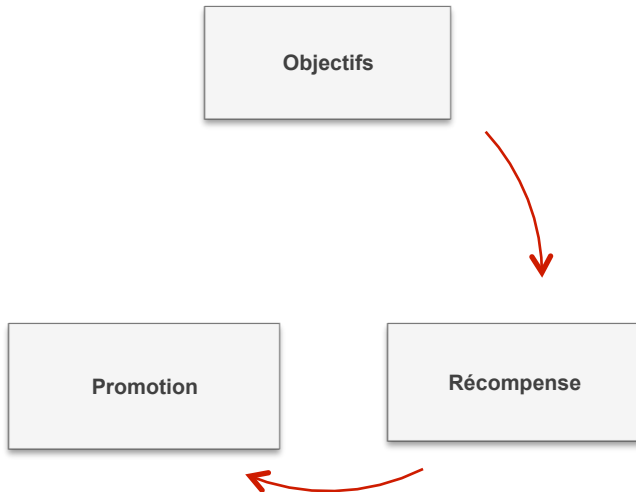
- > Facilitation de la diffusion de l'information (moyen original de communiquer)

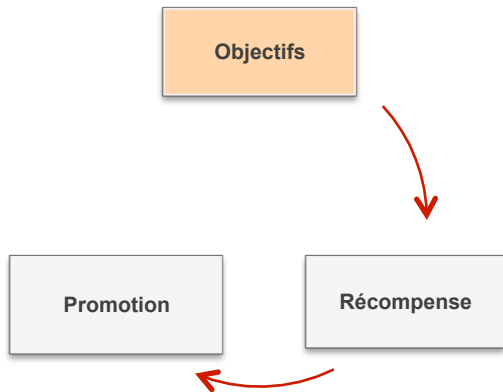
Développer la cohésion d'équipe

- > Volet « fun » de la gamification qui permet de faire adhérer plus de personnes
- > Motivation accrue

Favoriser l'implication des équipes

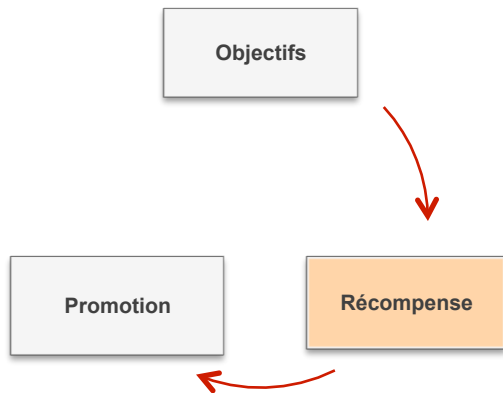
- > Incitation des équipes à mieux se connaître et à s'impliquer dans les projets
- > Engagement pour une meilleure productivité





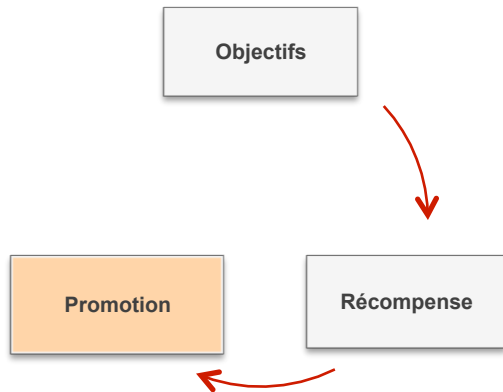
Objectifs

- > Définir les objectifs à atteindre en lançant la *gamification* sur Internet (plus de commentaires, de partages de vos contenus, de renforcer votre communication...)
- > Déterminer les profils des personnes ciblées, vos futurs « joueurs » - chaque jeu sera adapté à une cible



Récompenses

- > Prévoir au préalable un budget que vous souhaiteriez investir dans la *gamification*
- > Choisir des récompenses attrayantes pour séduire un maximum d'internautes, ou adaptées à votre cible, etc.



Communication

- > Lancer des actions de communication sur le web, via les réseaux sociaux, etc. pour promouvoir les actions que vous mettez en place
- > Inciter les utilisateurs à communiquer à leur tour sur leurs expériences (témoignages) pour encourager d'autres à participer

Définition	Objectifs	La gamification en entreprise	Etapes
<ul style="list-style-type: none">> Outil marketing qui consiste à transférer les mécanismes du jeu dans d'autres domaines	<ul style="list-style-type: none">> Communication interne> Communication grand public> Relations clientèle	<ul style="list-style-type: none">> Informer> Développer la cohésion d'équipe> Motiver> Favoriser l'implication des équipes	<ul style="list-style-type: none">> Objectifs> Récompenses> Promotion