



Les ateliers de créativité

Gamification

1 jour (7h00) | ★★★★★ 4,6/5 | GAMI-FND | Évaluation qualitative de fin de stage |
Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Digital & Multimédia › Les essentiels de la création digitale › Les ateliers de créativité

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 21/06/2024.

Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Identifier la pertinence d'une gamification
- Définir les mécaniques des différents types de gamification
- Reconnaître les différents leviers de motivation selon différents profils psychologiques
- Créer une grille d'évaluation des niveaux et des gratifications pertinentes
- Mettre en place une gamification en marketing ou en formation
- Appliquer différentes méthodes de production pour gamifier
- Identifier l'état de flow
- Mesurer les impacts d'engagement et de mémorisation suite à une gamification.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

** ratio variable selon le cours suivi

Prérequis

Aucun.

Public concerné

Chefs de projets, responsables marketing et toute personne ayant besoin d'amplifier l'implication des personnes dans un projet ou une activité.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Contexte

- Qu'entend-on par gamification ou ludification ?
- La gamification
 - Dans le marketing
 - Dans la formation

Atelier de questionnement

- Qu'est-ce que le jeu ?
- Pourquoi gamifier ?
- Qualités et défauts ?
- Une gamification réussie vs ratée ?

Définitions

- La gamification selon
 - Gabe Zichermann
 - Roger Caillois
- Changer les comportements
- L'art de rendre une chose ennuyante, amusante
- La gamification n'est pas un jeu
- Influencer les comportements
- Créer de l'engagement
- Amélioration de l'expérience utilisateur

Limites et réussites de la gamification

Typologies des joueurs

- Les 4 types
 - De joueurs
 - De "fun"

Les ingrédients nécessaires

- Les 6 ingrédients les plus courants

- Les 10 ingrédients des grands jeux

Les leviers de motivation vus selon 4 prismes

- Comment rendre un jeu motivant, accrocheur, stimulant ou incitateur ?
- Les 2 hémisphères droit / gauche
- Les 3 cerveaux selon Paul D. MacLean
- Les 5 besoins de la pyramide de Maslow
- Les 8 profils psychologiques de Yu-Kai Chou (Octalysis)

Focus sur l'Octalysis de Yu-Kai Chou

- L'évitement des pertes
- La rareté et l'impatience
- La propriété et la possession
- La complétion et les défis
- La signification, le sens et la vocation au-delà du jeu
- L'autonomie, la créativité et le feedback
- L'influence sociale
- L'imprévisibilité et la curiosité

L'état de flow

- Comment créer l'état de flow ?
- Les 3 qualités de l'état de flow
- Les 3 conditions du flow

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Elaborer une gamification suivant la méthode G.A.M.E.*
 - *Goals : définir les buts*
 - *Actions : choisir une expérience ludique*
 - *Merit : récompenser les joueurs*
 - *Evaluation : contrôler l'efficacité du système*
- *Elaborer un projet de gamification*
 - *La note d'intention v1*
 - *La note d'intention v2*
- *Elaborer une gamification suivant la méthode du Game Design*
 - *Issue du Design Thinking*
 - *Interviews (pour qui gamifier ? quoi gamifier ?)*
 - *Contexte vie / travail*
 - *Rôles*
 - *Actions*
 - *Idéation (comment gamifier)*
 - *Prototype (élaborer)*
 - *Tests (mesurer)*
 - *Itérer (améliorer)*

Références

- La gamification
- La boîte à outils de la gamification
- Les pouvoirs de la gamification
- Card sorting

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des productions

- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et Handicap.

Modalités et délais d'accès à la formation

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.