

Guide



La ludification : un outil au service de l'intégration des collaborateurs



La « *ludification* » est la transposition des mécanismes du jeu dans d'autres domaines, dont le domaine professionnel, à des fins d'apprentissage, d'information, d'acculturation, mais également d'intégration de nouveaux collaborateurs.

Les objectifs de la ludification sont nombreux mais peuvent se résumer en deux mots : « *engagement* » et « *expérience utilisateur* ».

En effet, dans un contexte d'intégration, l'utilisateur (le nouvel embauché) est impliqué en tant qu'acteur dans l'univers proposé grâce à une expérience dynamique et engageante. Le jeu n'est pas une fin en soi : il a pour objectif de remettre de « l'humain » au centre du processus d'intégration en lui proposant une expérience qualitative.

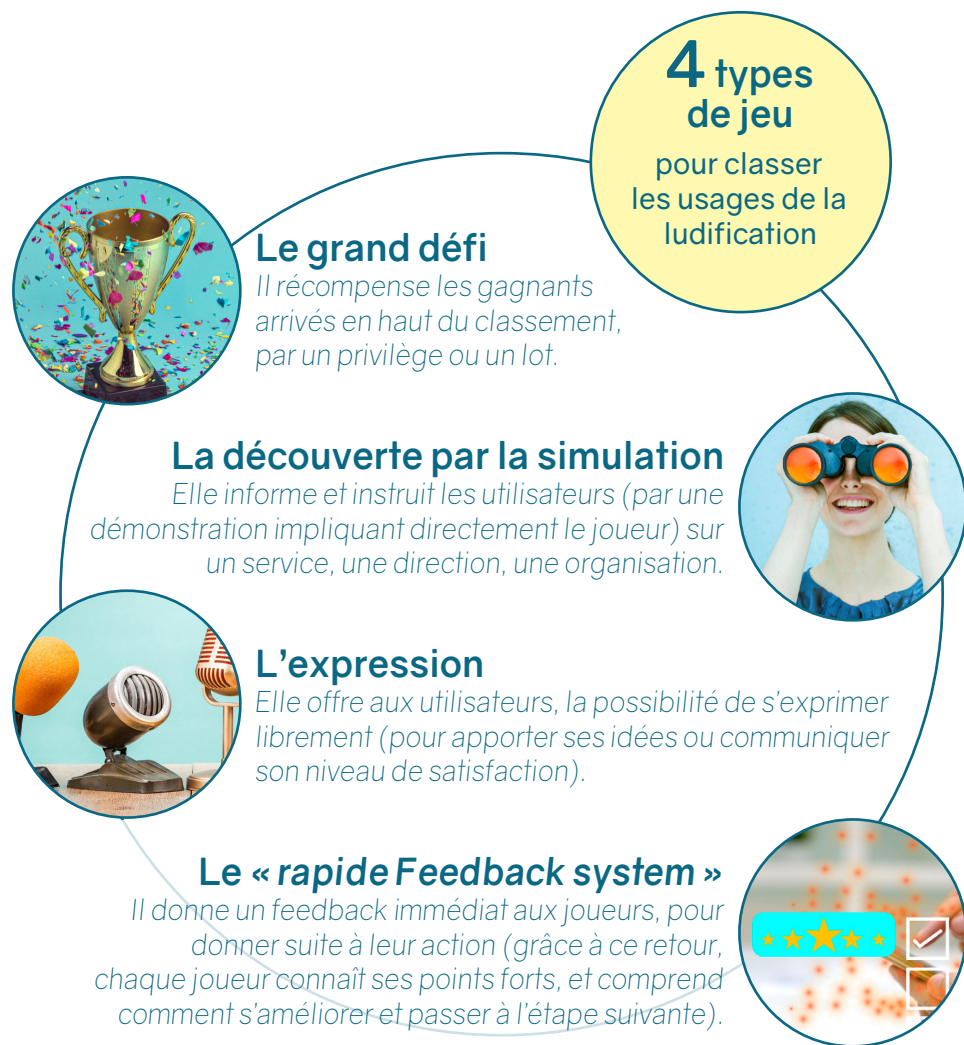
Avec la « *ludification* » il est également possible de transmettre la culture et les valeurs de l'organisme aux nouveaux collaborateurs. Cette technique est également un outil de communication et d'information qui permet de développer les échanges et nouer des relations professionnelles avec des collègues et managers.

Ce concept est aujourd'hui en plein essor, et présente un vrai potentiel de développement.

Avec 500 millions de joueurs dans le monde – dont 13 millions en France, qui jouent sur leur mobile et notamment dans les transports en commun – la ludification est devenue incontournable.

LES PRINCIPAUX USAGES ACTUELS DE LA LUDIFICATION POUR NOS ORGANISATIONS

Deux domaines majeurs d'application de la ludification sont connus et répandus depuis plusieurs années : la formation et l'apprentissage au travers de quiz, e-learning et serious games.



SELON L'OBJECTIF VISÉ, LE JEU CONTRIBUE À :

FAVORISER la cohésion entre collaborateurs en mettant en place un « grand défi »

Une bonne ludification doit savoir intégrer toutes les composantes relatives au jeu collectif : le partage, le contact, la recommandation, la comparaison. Les collaborateurs vont alors chercher à interagir entre eux pour finalement coopérer vers le but commun.

ACCOMPAGNER le changement et favoriser l'acquisition de nouvelles connaissances via la réalisation de missions ou de quiz

L'utilisation de la ludification par un organisme, dans le cadre d'une réorganisation ou d'une nouvelle stratégie, permet de présenter des nouveautés inhérentes aux changements et créer les conditions de son appropriation.

PARTAGER et veiller à la bonne compréhension des informations institutionnelles ou de l'organisme (organisation, logistique, sécurité SI, etc.) en participant à un jeu basé sur le « Rapide Feedback System »

Le jeu permet alors de présenter le projet d'entreprise, les résultats du BSI ou les nouvelles directives de branche sur un sujet particulier par exemple, tout en s'assurant d'un seuil d'appropriation minimum grâce aux feedback intégrés au jeu. Ce dernier devient par conséquent, un outil de communication interne pour partager les actualités, les priorités et les valeurs de l'entreprise.

PRÉSENTER les offres de service d'un secteur en s'appuyant sur la découverte par simulation

Et si vous proposiez un jeu de rôle ? Imaginez une situation « je suis un nouvel embauché » et faites vivre à vos collaborateurs l'offre de service développée en matière de processus d'intégration. Comment mieux comprendre une offre de service sinon en faisant l'expérience de ce qu'elle propose !

(RE)METTRE les collaborateurs au centre de l'organisme en veillant à prendre en compte leur expression.

Avez-vous pensé à interroger vos collaborateurs afin qu'ils contribuent à la résolution de problématiques ayant des incidences directes sur leur travail ? Le jeu peut précisément faciliter l'expression créative d'idées et ainsi participer à la reconnaissance des collaborateurs et booster leur motivation.

LA LUDIFICATION : UN ALLIÉ POUR LA FONCTION RH

Du côté des RH et au-delà de la formation, ce sont principalement l'image de marque, le process de recrutement, voire d'évaluation qui profitent de la ludification mais l'on constate que la ludification facilite également **l'intégration** du nouvel arrivant, **développe l'esprit d'entraide et d'équipe**, et **renforce les connaissances de l'entreprise** de chaque employé.

A l'heure où les DRH cherchent à fidéliser leurs collaborateurs, il est important que les tâches administratives à réaliser lors de l'intégration ne soient pas perçues comme trop longues ou contraignantes.

Un nouveau collaborateur sera sans doute directement plus séduit par un processus d'intégration présenté sous forme de jeu, telle qu'une **chasse au trésor**, plutôt qu'une lecture de documents reprenant un ensemble de notes et procédures.

UN EXEMPLE DE SERIOUS GAME APPLIQUÉ À L'INTÉGRATION : LA CHASSE AU TRÉSOR

Pour aller au-delà, ou en complément, d'une période d'observation classique, vous pouvez organiser une chasse au trésor qui permet de découvrir l'organisme et les équipes par le biais d'un parcours virtuel parsemé de quiz et challenges.

L'organisation d'une chasse au trésor est le **serious game** idéal qui offre la possibilité de vivre une aventure à travers les locaux des différents sites et/ou services de l'organisme : passer d'indice en indice en visitant les lieux et en rencontrant les collaborateurs s'avérera très interactif et inclusif.

ASSURER LA RÉUSSITE DE CETTE « CHASSE AU TRÉSOR » EN 5 ÉTAPES

1 Création de l'univers, du storytelling¹ et de la quête que l'on poursuit

Le storytelling peut être une histoire imaginaire, mais faisant écho à votre organisme.



Comment faire ?

En répondant à quelques questions, l'histoire va prendre forme :

- Qui est le héros ?
- Qui a contacté le héros ?
- Pour quelle mission cette personne a contacté le héros (quel est l'objectif de la navigation ? : élucider un mystère, trouver un trésor, sauver le monde...) ?
- Qui sont les personnages qui vont aider le héros ?
- Qui sont les personnages qui vont bloquer le héros et pourquoi veulent-ils l'arrêter ?

2 Définition des modalités du jeu et des points clés du parcours



Où se déroule le jeu ?

- Dans vos locaux ?
- Sur plusieurs sites ?
- En intérieur ? En extérieur ?

¹ Le storytelling est l'art de construire le récit de son entreprise et de le mettre en scène afin de capter l'intérêt de la cible, de l'engager et de la fidéliser.



Quels sont les objectifs visés ?

Les objectifs de la chasse au trésor peuvent se résumer en quelques mots : **engagement et expérience utilisateur**.

En effet, quel que soit le domaine dans lequel le jeu entre en action, le collaborateur se trouvera impliqué en tant qu'acteur dans un univers ciblé grâce à une expérience dynamique et sur mesure.



Comment déterminer les points clés (les étapes) du parcours à découvrir ?

- Ils doivent se situer à des distances raisonnables
- Ils se situent, si possible, dans des lieux insolites ou inspirants
- La découverte de l'ensemble des points clés doit se dérouler sur un temps déterminé (il convient de fixer un nombre d'énigmes à découvrir sur un temps de jeu maximum)

N'hésitez pas à prévoir des ravitaillements lors de certains points d'étape ou en fin de parcours ! Une pause-café permettra aux participants d'échanger leurs astuces en cours de jeu et partager leurs ressentis à l'issue du parcours. Pour l'animateur/trice du jeu, ces temps informels sont riches de feedback pour améliorer la ludification.



Quel est le matériel dont doit disposer l'équipe ?

- Un téléphone portable par équipe avec un réseau mobile 4 ou 5G.
- Le téléchargement d'une application permettant de scanner les QR codes (application conseillée : « Scanner QR »).
- Une fiche de consignes (Cf. pour exemple : fiche consignes jointe).

Selon votre organisation, plusieurs équipes peuvent jouer en même temps, des jeux de QR codes de couleurs différentes sont alors utilisés et cachés à des endroits différents.

Combien y a-t-il de participants par équipe ?



- 6 à 8 personnes maximum/équipe permet à chacun de participer activement.
- Prévoir d'associer un/e animateur/trice du jeu par équipe.

Il convient de bien définir le rôle « du maître du jeu » : cette animateur/trice du jeu prend en charge l'équipe, il conduit l'équipe sur le lieu de départ, donne les consignes et l'accompagne tout au long de l'aventure par téléphone.

Afin de cadrer son rôle, **une fiche pratique récapitulant les actions à conduire lui est remise** (la fiche rappelle les consignes à transmettre, les règles du jeu) (Cf. pour exemple : fiche pratique jointe).

Une fiche de suivi lui est également confiée (Cf. pour exemple : fiche de suivi jointe). Celle-ci est la feuille de route de l'équipe : elle indique à l'animateur/trice du jeu les lieux où sont cachés les QR codes, les réponses aux énigmes/question, les indices à communiquer à l'équipe afin que celle-ci trouve le prochain QR code.



Comment faire ?

Concrètement, le parcours peut se dérouler de la manière suivante :

- Au point de départ du parcours, se trouve un ordinateur sur l'écran duquel est affichée une page Powerpoint avec un rébus à déchiffrer. Le mot à trouver sert à déverrouiller l'accès au fichier affichant le 1^{er} QR code.
- Les membres de l'équipe scannent le QR code et accèdent ainsi à la 1^{ère} question sur leur smartphone. La réponse devra être saisie dans l'application et validée.
- En cas de bonne réponse, l'équipe découvrira le mot de passe à fournir au maître du jeu qui leur donnera alors un indice leur permettant de trouver le lieu où se cache le QR code suivant.

- Ce tour de jeu sera renouvelé tout au long des questions jusqu'à la découverte du dernier QR code.
- Une fois le coffre trouvé, il faudra répondre à une dernière énigme pour trouver le code qui déverrouillera le cadenas du coffre et accéder au trésor (lot de goodies) !



Question 1

> 1 . En quelle année la sécurité sociale a-t-elle été créée ?

☐ 1945

☐ 1936

☐ 1958

valider

Welcome SSI /
Question 1

Bravo pour cette 1^{ère} bonne réponse !

Le saviez-vous ?

Les ordonnances des 4 et 19 octobre 1945 créent une organisation de la Sécurité sociale qui fusionne toutes les anciennes assurances (maladie, retraite, ...) et garantit à chacun qu'en toutes circonstances il disposera des moyens nécessaires pour assurer sa subsistance et celle de sa famille dans des conditions décentes.

Indice à communiquer au Maître du jeu pour la suite de l'aventure : **Scarabée**

3 Création des énigmes et question à relever

Elles doivent faire écho au storytelling, le fil conducteur de cette chasse au trésor. Elles doivent également avoir le niveau de difficulté et la « nature » (logique, créativité, bon sens...) en adéquation avec les participants.

? Comment faire ?

Selon l'objectif poursuivi (informatif, de cohésion), les énigmes et les questions traiteront principalement de :

- L'histoire de la protection sociale et de la Sécurité sociale,
- L'histoire de l'organisme, ses valeurs, ses missions,
- Les acteurs,
- ...

4 Construction des objets et documents

Cartes, graphismes, photos, objets, et documents supports... Le matériel accompagne l'histoire et se trouve souvent au centre des énigmes.

? Comment faire ?

Un/e de vos collègues a le dessin pour passion ? C'est le moment de faire appel à ses talents ! Vous pouvez bien sûr associer le service communication de votre organisme de la communication ou faire appel aux services de prestataires spécialisés, ils mettront à votre disposition leurs compétences et leur créativité pour vous proposer les supports au service de votre jeu d'intégration.

Pensez à varier les supports (carte, dessin, photo, etc.), cela participe à l'esprit ludique de ce moment convivial.

5 Penser logistique

Il faudra bien sûr anticiper la météo si cet événement se déroule à l'extérieur, les transports s'ils sont nécessaires et les règles de sécurité.

? Comment faire ?

Il convient principalement de :

- S'assurer que le réseau de téléphonie est suffisant sur l'ensemble du parcours.
- Baliser clairement la zone de parcours.
- Informer les collaborateurs sur site qui ne participent pas au jeu, qu'un événement se déroule ponctuellement sur leur lieu de travail (une affiche informative présentant le jeu peut être utilisée).

Un kit de jeu rappelant les éléments logistiques nécessaires à la bonne conduite du jeu peut être réalisé :

- PC portable avec énigme de déverrouillage de départ
- Fiche Consignes par équipe
- Téléphone portable (un par équipe et par maître/sse du jeu)
- QR codes imprimés dissimulés sur le parcours de navigation (autant de QR que d'énigmes/questions créées, avec des codes couleur si plusieurs équipes jouent en même temps)
- Fiche de suivi pour le/la maître/sse du jeu + Plan du parcours
- Liste de questions et énigmes à remettre au maître/sse du jeu
- Affiches pour les portes d'accueil des différents sites
- Vignettes tirage au sort pour la constitution des équipes
- Coffre trésor et cadenas
- Parchemin énigme finale
- Goodies et cadeaux
- Scotch, pâte à fixe, stylo, marqueurs, ciseaux, pochettes plastiques

QUATRE AUTRES SERIOUS GAME POUR ANIMER UNE JOURNÉE D'INTÉGRATION

1 Proposer un livret d'accueil dont le nouveau collaborateur est le héros

Transmettre les différentes politiques de l'organisme (RH, RSE, sécurité...), ses valeurs, ses règles, sa culture, son histoire, son fonctionnement, son trombinoscope... Il y a de quoi se perdre parmi toutes ces informations ! Comment communiquer tous ces renseignements de façon fluide et surtout mémorable ? **Un livret d'accueil gamifié peut être une solution !** Le concept de livret d'accueil gamifié va bien au-delà de la création d'une version digitale de ce livret. Il s'agit, en rendant le collaborateur acteur de cette phase du processus d'intégration, de :

- créer un effet Waoouh dans le process et faire rayonner la marque employeur
- favoriser sa bonne intégration / le fidéliser
- accélérer la mémorisation des infos clés de l'organisme pour être plus opérationnel dès les premières semaines

4 étapes importantes pour construire ce livret gamifié :

1

Penser brièveté et ergonomie :

Rassembler dans un même dossier tous les documents à transmettre. A partir de là, vous pouvez constater le volume des informations que vous avez à transmettre (généralement très volumineux) et commencer le tri : vous pouvez surligner les informations importantes (sur papier ou sur votre ordinateur) et résumer les phrases trop longues en une seule phrase. Cet exercice vous permettra d'y voir plus clair... et à vos nouveaux collaborateurs aussi

2

Créer un sommaire, le premier pas vers l'histoire à raconter :

Finalement, ces documents synthétisés, dans quel ordre allez-vous les transmettre ? Une fois le sommaire établi, vous aurez le squelette (vide), de votre histoire, en d'autres mots, les étapes clés.

3

Définir la thématique, la quête et le ou les personnages principaux :

dans quel monde se déroule l'histoire dans lequel est transposé votre organisme ? (ex : un village d'irréductibles Gaulois ? la 4^{ème} dimension ?) Doit-on suivre un être humain qui fait ses premiers pas dans l'organisme ou un explorateur de l'espace qui se rend sur une planète étrangère (votre organisme) afin d'y découvrir son mode de vie (les informations relatives à l'organisme que vous souhaitez lui transmettre) ? Tout est possible !

4

Construire le storytelling et l'univers graphique :

Il n'y a plus qu'à vous mettre à vos plumes et à vos crayons, ou se fier à des experts en la matière.

2 Déployer un escape game comme accélérateur de liens

Beaucoup d'escape games sont proposés depuis ces dernières années sous la forme de team-building², de séminaire de formation, en recrutement et pourquoi pas en intégration.

Jeu d'évasion qui se joue en équipe, généralement dans un lieu fermé et abordant une thématique particulière, le but est de résoudre une série d'énigmes et de manipulations afin d'accomplir une mission. Proposé dans le cadre du processus d'intégration, ce jeu est l'occasion pour les nouveaux collaborateurs de faire connaissance entre eux ou avec les membres de leur nouvelle équipe et de découvrir la vie de l'organisme notamment si l'escape game a été construit sur-mesure.

A Si vous optez pour l'accompagnement par un prestataire, tous les *escape games* ne se valent pas. Renseignez-vous sur les prestataires du marché : l'offre est pléthorique, n'hésitez pas à tester les conceptions de jeu déjà réalisées.

B Réfléchir et préparer la suite de l'escape game : il peut être intéressant de profiter de l'expérience pour échanger sur l'esprit d'équipe de l'organisme, travailler sur les valeurs, ou encore faire connaître les différents services avec un exercice d'échange... Pour savoir quoi faire, pensez à bien définir les objectifs de cette journée d'intégration : que recherchez-vous à faire vivre au-delà de cette expérience ?

² Team building signifie littéralement « construction d'équipe ». L'objectif recherché par l'organisme est de resserrer la cohésion d'une équipe, d'en renforcer les liens, pour augmenter ensuite la productivité au travail.

3 Organiser un gamestorming³ sur une thématique stratégique de l'organisme

Quoi de mieux pour intégrer une nouvelle personne que de l'impliquer directement dans les questionnements stratégiques de l'organisme ? Vous souhaitez créer une nouvelle campagne de communication ? Vous souhaitez trouver de nouveaux partenaires ? Vous voulez trouver une idée pour la création de nouveaux services ? Vous vous questionnez sur un élargissement de votre politique RSE ?

Profitez du regard neuf de vos nouveaux collaborateurs pour prendre du recul et récolter de bonnes idées en organisant une séance de créativité ludique.

4 Créer un jeu de type « Timeline » pour transmettre l'histoire de votre organisme

Détourner les jeux qui existent, comme « Timeline », jeu de découverte sur le thème des inventions à travers les temps où il faut placer ses cartes en ordre chronologiques. Les cartes représentent au recto des **inventions** (la locomotive, les lunettes, le CD, etc) et au verso est indiqué la date à laquelle « l'objet » a été inventé et le nom de l'**inventeur**.

Personnaliser le principe de ce jeu en invitant vos collaborateurs à remettre dans l'ordre les événements marquant l'histoire de votre organisme.

D'autres jeux de société, tel que le *Trivial Pursuit* par exemple, peuvent être **une source d'inspiration, tout est une question d'imagination et d'adaptation !**

³ Gamestorming : terme issu des notions de « Game » et « Brainstorming », il consiste à appliquer les règles du jeu aux techniques du brainstorming. Ce procédé permet de favoriser la génération de nouvelles idées par le jeu et la créativité et d'apporter plus facilement des solutions concrètes à certains problèmes rencontrés.

CONCLUSIONS

La ludification, qu'elle repose sur des outils à déployer en présentiel ou digitaux via une plateforme dédiée, peut être un outil intéressant à l'appui de vos démarches d'onboarding s'il est bien construit, et il constitue une belle opportunité pour les DRH d'accompagner le changement, d'entraîner une rupture comportementale au sein de leur organisation, et de susciter l'adhésion des collaborateurs.

Un mouvement à suivre donc, mais toujours avec discernement !

