



## Plaisir et répétition, par Jean-Noël Portugal, fondateur de Dæsign



Le serious game existait à peine il y a cinq ans, aujourd'hui c'est un marché en pleine expansion. Comment expliquez-vous cette mutation ?

« Serious game » est une étiquette récente, mais ce n'est qu'une étiquette, une carte de visite en quelque sorte. Pour être franc je ne pense pas qu'on en parlera encore longtemps. Ce qui restera, et qui existait déjà avant qu'on invente ce concept, c'est la puissance du jeu comme moyen d'apprendre. Mais sans doute fallait-il en passer par là pour faire tomber certaines réticences à l'encontre du jeu vidéo, considéré comme futile, souvent violent, parfois décérébrant, et qui ne pouvait pas être vu comme une voie d'accès au savoir, au savoir-faire, ou simplement à des aptitudes nouvelles.

### Ces réticences ont disparu ?

Pas complètement, loin s'en faut, mais on a fait un grand pas. Les entreprises, les pédagogues, les apprenants, l'école, l'université... tout le monde a bougé. Désormais il y a des études, des recherches universitaires, des succès exemplaires, quantité d'apprenants satisfaits et qui en redemandent. Plus personne ne peut ignorer ça. Les forces du jeu sont l'interaction, la simulation, l'autonomie, la liberté d'action et d'essai-erreur, et puis bien sûr son côté captivant, motivant en soi. Autant de qualités qu'on attend naturellement d'une formation.

### Mais il y a tout de même une spécificité des serious games ? Qu'est-ce qui les différencie des autres jeux ?

Pardonnez-moi d'être un peu provocateur mais je pense que la principale spécificité des serious games est encore, à quelques exceptions près, d'être de plutôt mauvais jeux ou de ne pas en être vraiment. Il est encore rare que la qualité du « gameplay » de ces jeux soit posée comme l'exigence première. On force plutôt sur le côté « serious ». Or le gameplay, la mécanique ludique qui fait la force d'attraction, voire d'addiction, du jeu, est à l'origine de tout succès. Le serious game, bien souvent, c'est plutôt Canada Dry : ça a la couleur du jeu, plus ou moins le goût du jeu, mais ce n'est pas vraiment du jeu et finalement ça ne trompe personne. Il faut oser accorder autant d'importance à la jouabilité et au plaisir qu'au contenu pédagogique. On ne peut pas se contenter de faire la moitié du chemin. Sinon c'est le bon vieux e-learning qui avance masqué, ça n'a pas de sens.

### Concrètement comment faire ?

Le premier conseil trivial c'est déjà de jouer. Tous les décideurs qui achètent, produisent ou font produire des « serious games » devraient avoir une Wii, une PS3 ou une DS dans leur bureau ou dans leur poche. Je suis très sérieux en disant ça. La connaissance vient avec l'expérience. Ensuite faire concevoir les jeux par des équipes mixtes, de vrais enseignants ou experts et de vrais game designers expérimentés et intransigeants sur la qualité ludique. On prend le risque de rendre les apprenants heureux, passionnés, motivés, en même temps qu'on les rend compétents, c'est un petit risque pour un grand bénéfice, non ?

### C'est la philosophie qui anime Dæsign ?

Je crois. En tout cas c'est la conviction que nous puissions dans notre double expérience du jeu et de la formation. Tout le monde court après le même graal : motiver les apprenants, et tout le monde voudrait que ses enfants arrêtent de jouer pour se mettre à leurs devoirs. Il n'est pas très difficile d'imaginer que la solution de la seconde équation se trouve dans la première, mais pour ça il faut faire de vrais bons jeux et accepter l'idée que l'efficacité de l'apprentissage vienne de là : de la motivation pure, du plaisir... et de la répétition.



## Le train de l'e-learning prend de l'avance à la SNCF



CHAQUE ANNÉE CE SONT 900 MILLIONS DE VOYAGEURS QUI PASSENT DANS LES GARES ET DANS LES TRAINS ; UN JEU DE TAILLE POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DE TOUS ET DE CHACUN TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE DU VOYAGE. ACCUEIL, CONSEIL, SERVICE : L'UNIVERSITÉ DU SERVICE DE LA SNCF A POUR MISSION D'AIDER LES AGENTS ET LEURS MANAGERS À DEVENIR ACTEURS D'UNE NOUVELLE RELATION CLIENT. POUR CELA, ELLE LES ACCOMPAGNE ET LEUR PROPOSE DES FORMATIONS INNOVANTES REPOSANT SUR UNE PÉDAGOGIE CRÉATIVE, DE MANIÈRE À CE QUE CHAQUE CONTACT ENTRE UN AGENT ET UN CLIENT SOIT UNE RENCONTRE RÉUSSIE SUR LE PLAN HUMAIN ET PROFESSIONNEL.

Haut lieu du secteur, l'Université du Service prend parfois des airs de laboratoire et ne fait appel à des prestataires externes qu'en absence de ressources nécessaires à la mise en œuvre d'un projet. C'est ce qui a eu lieu récemment, lorsqu'il a été question de former les agents SNCF à une nouvelle offre par la voie d'un didacticiel, permettant à tout un chacun de se perfectionner librement. « Nous sommes en mesure d'apporter tout ce qui relève du présentiel », détaille Malik Rihani, Chef de Projet de l'Université du Service de la SNCF, « mais du point de vue didacticiel, nous n'avions pas à ce moment précis, le temps de créer un programme spécifique ».

L'Université du Service a alors lancé un projet en sollicitant de multiples spécialistes de la formation. Séduit par l'approche à la fois « réaliste, ludique, interactive et totalement innovante proposée par Dæsign », le groupe a mis en place une formation en trois temps : les agents apprennent d'abord les bases théoriques de la nouvelle offre, valident leurs acquis via

un quiz dédié au sujet, et, finalement, s'entraînent activement grâce à des cas concrets de mises en situation virtuelles.

Ce troisième point, présenté sous forme d'un jeu vidéo, a été donné aux managers qui l'ont ensuite transmis à leurs équipes respectives. « L'objectif consistait à ne pas forcer la formation, de laisser chacun face à ses propres actions quotidiennes, sans jugement et avec la possibilité de s'améliorer à son rythme, presque intuitivement », précise Malik Rihani. Mission accomplie, puisque 98% des personnes formées se disent très satisfaites du programme et soulignent à la fois la beauté, la fluidité et le réalisme des mises en situation, reposant sur une Intelligence Artificielle développée spécifiquement. Les situations, certes reproduites sur écran, correspondent réellement à la vie des agents SNCF. Avec un tel succès « nous avons l'ambition d'étendre cette formation et de développer ces programmes à d'autres solutions ». A l'horizon 2009, l'Université du Service de la SNCF s'aiguille vers une vision toujours plus moderne de la formation.

# Le jeu vidéo pour se former

## Ou comment utiliser les Serious Games afin d'améliorer la performance de vos équipes



DÆSIGN, CONCEPTEUR ET ÉDITEUR DE MODULES DE FORMATION LUDIQUES, A PRÉSENTÉ, LORS D'UNE CONFÉRENCE ORGANISÉE LE 7 FÉVRIER DERNIER À PARIS, UNE NOUVELLE APPROCHE DE LA FORMATION À DISTANCE REPOSANT SUR DES JEUX VIDÉO. GRÂCE À SA TECHNOLOGIE AVA, PUISSANT MOTEUR DE SIMULATION DE DIALOGUES ISSU DE 6 ANNÉES DE R&D, DÆSIGN CONÇOIT DE VÉRITABLES JEUX DE RÔLES VIRTUELS PERMETTANT DE S'ENTRAÎNER SEUL, SANS RISQUE, À DISTANCE ET À VOLONTÉ, À LA CONDUITE D'ENTRETIENS, QU'IL S'AGISSE D'ENTRETIENS DE MANAGEMENT, DE VENTE OU DE RELATION CLIENT.

Responsables de formation, DRH, Directeurs du Développement, Chefs de Projet E-learning, Responsables Commerciaux, Acheteurs, au total plus de 150 personnes ont assisté à la conférence organisée par Dæsign à l'espace Eurosite George V, à deux pas des Champs-Élysées. Il faut dire que le thème de la matinée méritait le déplacement : « *Comment utiliser les serious games pour améliorer la performance de vos équipes et augmenter votre chiffre d'affaires* ». Un sujet porteur, qui, à en juger par la richesse des échanges, n'a pas manqué de susciter l'intérêt des participants.

### LES SERIOUS GAMES : POUR UNE NOUVELLE EFFICACITÉ PÉDAGOGIQUE

Après le café et les croissants, Damian Nolan, Directeur Commercial de Dæsign, est rapidement entré dans le vif du sujet. Face à l'évolution de l'offre liée à la formation professionnelle, les entreprises doivent innover, dans un souci de fidélisation et de progression de leurs collaborateurs. C'est parce qu'elle est consciente de cet impératif que Dæsign a développé une technologie unique, fruit de six années de recherche en analyse structurale du dialogue humain. De quoi s'agit-il exactement ? Rien de moins que d'un jeu vidéo mis à la disposition des collaborateurs pour améliorer leurs performances grâce à la simulation d'entretiens.

Les Serious Games développés par Dæsign peuvent être adaptés à toutes les situations professionnelles où il importe de dialoguer, d'argumenter, de questionner et finalement de convaincre. Bref, à toutes les situations de management, de vente ou de relation client où le savoir-être compte autant que le savoir et le savoir-faire. Entretien annuel d'évaluation, négociation, entretien de vente, animation de réunion, accueil téléphonique, etc, autant de cas que les programmes de formation de Dæsign permettent de simuler pour apprendre à répondre efficacement à la multiplicité

des situations réelles. Le principe est simple : l'apprenant est représenté par son avatar électronique dans une simulation sous forme de jeu vidéo. Face à lui, un personnage expose des idées, des besoins, des objections auxquelles il devra apporter des réponses adéquates pour conduire l'entretien à sa conclusion la plus satisfaisante. Outil dynamique et évolutif, les Serious Games de Dæsign permettent de se confronter à autant de cas pratiques qu'il est nécessaire pour acquérir les bons réflexes au bon moment. Au-delà d'une simple formation, utilisée en salle ou à distance, il s'agit d'un véritable entraînement à la conduite des entretiens.

### MISE EN PRATIQUE

Après cette présentation, Cyril Leguillon, Responsable du Département Création et Développement de la Direction de la Formation chez Axa France, a exposé à une salle très attentive les modalités d'application des Serious Games de Dæsign au sein d'Axa, dans les domaines du management et de la vente de produits financiers. Il a ensuite passé la parole à Yves Trillat, Chef de Projet Formation et Professionnalisation chez Orange France, pour qu'il rende compte des conditions d'application des solutions Dæsign dans le cadre d'un projet de formation e-learning pour le développement des compétences relationnelles des conseillers clients. Tous deux ont insisté sur « *la performance de l'outil et l'aspect révolutionnaire de cette méthode pédagogique* », ainsi que sur son intérêt économique, puisqu'elle permet de limiter le recours aux formations en « *présentielle* », souvent coûteuses et consommatrices de temps. Deux arguments parmi tant d'autres auxquels l'assistance n'a pas été insensible, à en croire le nombre de questions que le public a ensuite posé à ces deux invités... Au point que la conférence s'est poursuivie en aparté pendant plus d'une heure.

# s équipes et augmenter votre chiffre d'affaires



## Sur le vif

Monique Kwiatowski,  
Responsable Pédagogique, KPMG



En tant que Responsable Pédagogique, je m'occupe des séminaires de formation permanente à destination du management. Je mets notamment en place des séminaires de développement personnel, de formations commerciales, ainsi que de formations techniques. KPMG étant très à l'écoute des nouvelles techniques d'apprentissage, je suis moi-même en recherche permanente de nouvelles approches pédagogiques pour les formations managériales et les formations de développement commercial. Il me paraît donc très intéressant d'identifier l'apport pédagogique de la technologie développée par Dæsign, et d'imaginer comment nous pourrions l'utiliser dans le domaine de la formation permanente.

Karine Coursier et Madgalena Henninot,  
Chargées de Formation, SFR



Nous sommes chargées de formation au sein d'Espace Campus, le centre de formation de SFR. Espace Campus est consacré aux formations transverses au Groupe, à savoir l'anglais, la bureautique, le management, les DIF, bref, tout ce qui recouvre l'efficacité professionnelle. Depuis trois ans, nous faisons appel à Dæsign dans le cadre de nos formations consacrées à l'entretien d'appréciation professionnelle. Nous avons ainsi recours aux solutions de Dæsign, qui permettent de simuler un entretien annuel d'évaluation. Les managers ont la possibilité de s'entraîner à cet exercice en faisant dialoguer leur avatar électronique avec celui d'un collaborateur. Après avoir constitué un groupe pilote la première année, nous avons adressé le CD-Rom de formation à plus de 400 managers. Devant la qualité de l'accueil qu'ils lui ont réservé, nous avons décidé d'organiser cette année une journée complète de formation autour de cet outil.

formations consacrées à l'entretien d'appréciation professionnelle. Nous avons ainsi recours aux solutions de Dæsign, qui permettent de simuler un entretien annuel d'évaluation. Les managers ont la possibilité de s'entraîner à cet exercice en faisant dialoguer leur avatar électronique avec celui d'un collaborateur. Après avoir constitué un groupe pilote la première année, nous avons adressé le CD-Rom de formation à plus de 400 managers. Devant la qualité de l'accueil qu'ils lui ont réservé, nous avons décidé d'organiser cette année une journée complète de formation autour de cet outil.

Hervé Lepecq,  
Responsable des Formations  
Commerciales, Crédit Agricole



L'IFCAM est l'institut de formation du Crédit Agricole. Nous avons déjà l'habitude de travailler avec Dæsign dans le cadre de nos formations consacrées à l'entretien d'appréciation et à l'entretien de vente. Je dois dire que le bilan est tout à fait satisfaisant. Encadrant moi-même une équipe, j'ai eu l'occasion de profiter de l'apport de ce type d'outil, en complément d'une formation présentielle. Il est très intéressant d'apprendre à s'adapter aux différentes situations que permet de simuler la technologie unique de Dæsign. Cela permet réellement d'identifier les attitudes à améliorer. Cet outil constitue donc un appui pédagogique assez puissant. Ce bilan semble d'ailleurs être largement partagé par les autres utilisateurs.

Alain Chatton, responsable de la formation, **MARSH**  
Marsh Risk Consulting



Société d'assurance spécialisée en gestion des risques, mais également organisme de formation en e-learning, Marsh s'intéresse de près à la possibilité de recourir à des avatars dans le cadre de son activité. Je suis donc à la recherche de partenaires pour adapter et mettre en scène sous forme d'avatars électroniques le contenu de nos propres formations. Je dois dire que les témoignages apportés par Axa et Orange ont été tout à fait probants. Il me paraît donc tout à fait envisageable de mettre en place un tel partenariat avec Dæsign.

## Paroles à nos clients



**AXA : DES SERIOUS GAMES AU SERVICE  
DU MANAGEMENT ET DE LA FORCE DE VENTE**

Comme l'explique Cyril Leguillon, créateur de l'Atelier, cellule de Recherche et Développement pédagogique au sein de la Direction de la Formation d'Axa, l'entreprise a choisi de mettre le « jeu vidéo au service de l'apprentissage », considérant que « les Serious Games constituent une nouvelle méthode pour atteindre un objectif de performance ». Dans un premier temps, la technologie Dæsign a été appliquée aux entretiens annuels d'évaluation, afin de former les managers à la conduite de cet exercice. Le scepticisme initial a si rapidement tourné à l'enthousiasme que 1 200 managers ont déjà été formés via le Serious Games. Si bien que le procédé est maintenant appliqué aux entretiens de vente sur les produits financiers. 800 commerciaux devraient suivre une telle formation en 2008. Au total, ce sont donc près de 2000 salariés d'Axa qui ont déjà pu bénéficier des solutions technologiques.



**LES CONSEILLERS CLIENTS D'ORANGE  
SE FORMENT VIA LES SERIOUS GAMES**

Quoi de mieux que « la Game attitude pour allier le jeu et l'apprentissage » ? C'est pour répondre à cette question qu'Orange France, a décidé de faire appel aux Serious Games développés par Dæsign. Soucieux d'inscrire la formation des conseillers clients dans une logique de créativité et d'innovation, Orange France a donc lancé cette démarche nouvelle pour « favoriser la montée en compétence des agents, avec l'appui des responsables d'équipe et le soutien métier ». Après une phase de déploiement national au quatrième trimestre 2007 sur plus de 40 sites différents, 7 000 conseillers clients se forment désormais à la relation client par l'intermédiaire des Serious Games. Pour Yves Trillat, chef de projet formation et professionnalisation chez Orange France, le bilan est très positif, puisque « cet outil nouveau, ludique, efficace, a rendu les conseillers clients acteurs de leur montée en puissance relationnelle et de leur propre apprentissage ».



## La formation de l'OIM a migré vers Dæsign



IOM International Organization for Migration

CRÉÉE EN 1951, L'OIM (ORGANISATION INTERNATIONALE POUR LES MIGRATIONS) EST AUJOURD'HUI UNE ORGANISATION INTERGOUVERNEMENTALE DYNAMIQUE, PROMPTE À RÉAGIR ET SOUCIEUSE D'OBTENIR DES RÉSULTATS, QUI S'ATTACHE À PROMOUVOIR, PARTOUT DANS LE MONDE, DES MIGRATIONS S'EFFECTUANT EN BON ORDRE ET DANS LE RESPECT DE LA DIGNITÉ HUMAINE, TOUT EN SATISFAISANT LES BESOINS DES GOUVERNEMENTS ET DES MIGRANTS EN TERMES DE POLITIQUES ET DE PROGRAMMES. AVEC 7 000 SALARIÉS RÉPARTIS SUR 400 BUREAUX AUX QUATRE COINS DE LA PLANÈTE ET PLUS DE 1 800 PROJETS GÉRÉS CHAQUE ANNÉE, L'ORGANISATION AVAIT BESOIN D'UNE FORMATION FÉDÉRATRICE DANS LE DOMAINE DE LA GESTION DE SES PROGRAMMES. RENCONTRE AVEC LILIANA MIRCESCU, HEAD STAFF DEVELOPMENT AND LEARNING UNIT, DE L'OIM.



**Vous avez choisi de donner une nouvelle dimension à votre formation ? Pour quelles raisons ?**

**L.M. :** La nature complexe de notre organisation exige des compétences accrues en gestion de projets. Dès lors, il est important d'offrir à l'ensemble de nos chefs de projets, une formation qui tienne compte de notre culture et de nos spécificités pour harmoniser notre discours et notre mode de fonctionnement. Nous avons besoin de solutions adaptées à notre vocation mondiale et humanitaire. Dæsign, en plus de nous séduire par son concept révolutionnaire, par le design de son offre et par sa taille humaine, a offert la structure idéale permettant de comprendre nos enjeux.

fois le « choc » passé, les participants apprécient l'expérience. En effet, tous soulignent la qualité du programme, l'interactivité, la richesse des mises en situation et l'identification immédiate avec les « personnages » créés. Plus important encore, nombreux sont les collaborateurs qui affirment que l'aspect ludique de la formation leur a permis de clarifier certains sujets. On peut donc en conclure que c'est une réussite. Nous sommes actuellement en train de produire une analyse plus complexe sur l'impact bénéfique de ce programme, basée sur les évaluations obtenues de la part des utilisateurs.

**Justement, quelles ont été les solutions mises en œuvre ?**

**L.M. :** Notre formation a pris la forme d'un package divisé en trois phases : théorie et pratique, cours magistraux et simulations virtuelles. Dæsign a été missionné pour se charger de la première et de la dernière phase, la seconde étant assurée en interne. Dans un esprit de parfaite coopération, nous avons commencé par définir un certain nombre de modules qui ont remis à plat les bases de notre méthodologie et favorisé son assimilation. Pour cela, un programme disponible en anglais et français a été créé, sous forme de cours interactifs destinés à l'ensemble de nos collaborateurs. Preuve de la grande flexibilité et du professionnalisme de Dæsign : pour la phase de simulation, le concept a été poussé encore plus loin avec la création d'avatars représentatifs de l'hétérogénéité démographique de nos salariés et partenaires, et son approche très réaliste des mises en situation.

**Envisagez-vous d'étendre ces programmes de formation ?**

**L.M. :** Oui. Certains dossiers sont déjà à l'étude. Il s'agirait essentiellement de faire grandir le projet initial pour l'appliquer à d'autres sphères de notre activité, de le compléter par l'ajout de nouvelles situations ou de nouveaux modules et également de le produire en version espagnole par exemple. Quoiqu'il en soit il est évident qu'en matière de formation, le contact avec Dæsign offre toujours de nouveaux horizons.

**Quels ont été les résultats obtenus ?**

**L.M. :** Le programme a été lancé en novembre 2006, et jusqu'à ce jour (mars 2008) 70 chefs de projets ont été concernés par cette formation complexe. Quasiment aucun ne s'attendait à un tel degré d'implication dès la phase une. Cependant, une

### À MÉDITER

*Ce que nous devons apprendre à faire, nous l'apprenons en le faisant*

Aristote

## CONTACT

CAROLINE CHAMPAGNE

Consultante

Tél. : 04 50 27 80 32

caroline.champagne@daesign.com

