

# Un serious game au service de la conduite du changement à la SNCF

---

**Dans le cadre du renouvellement de la flotte de smartphones des 6 000 agents SNCF Transilien, l'opérateur ferroviaire français a mis en place un programme d'accompagnement au changement très numérique en partenariat avec l'Agence Digiworks. Retour sur la conduite du changement, version 2016.**

Depuis septembre dernier, l'agence rouennaise Digiworks conçoit un dispositif d'accompagnement destiné aux 6 000 agents SNCF Transilien de la prise en main de leurs nouveaux smartphones, et du passage tant redouté de l'environnement iOS à l'environnement Android. Pour cela, ils ont choisi de faire de la conduite du changement une expérience digitale et divertissante.

« Nous avons répondu à la demande de la SNCF avec notre parti-pris d'engager et générer de l'émotion pour faciliter l'acquisition de connaissances et l'adhésion au programme. Concrètement, nous avons proposé un véritable storytelling sur plusieurs mois ponctué de vidéos pour introduire puis accompagner le lancement de l'application gamifiée »

[Alexandre Reymonet](#), Directeur de l'agence Digiworks

L'équipe en charge du projet a donc proposé à son client de se lancer dans le développement d'une application mobile « gamifiée » afin de former les agents à ces nouveaux usages et outils de manière ludique et pédagogique et de leur faire découvrir de nouvelles fonctionnalités. « *Notre objectif était d'atteindre un engagement maximal pour développer la récurrence et l'usage. Nous avons alors conçu des mécaniques permettant de combler les différents profils d'agents et les pousser implicitement à développer leurs connaissances* » ,

précise Alexandre Reymonet. Mêlant jeux et tests de connaissance, l'application est en effet accompagnée d'une série de vidéos de présentation pour expliquer aux agents pourquoi ce changement. Livré dans sa version finale et fonctionnelle en mai dernier, le dispositif « Train Me » a été récompensé lors des Trophées du Club de la Presse et de la Communication de Normandie.

## Des vidéos en motion design

Les vidéos en motion design ont permis de créer un univers virtuel sur plusieurs mois et de proposer aux agents un storytelling venu tout droit du monde des super héros. Un total de 8 vidéos en motion design ont été réalisées mettant en scène un agent « Android » (dynamique et à la pointe de la technologie) et iOS (ancien et dépassé). Elles ont été diffusées épisodiquement au fil des mois, dans une première phase de teasing pour annoncer l'arrivée de l'application et dans une seconde phase de messages plus pédagogiques en lien direct avec l'application.

## Appliquer les grands principes du jeu

En choisissant la gamification, la SNCF et Digiworks ont misé sur l'application des grands principes du jeu dans l'environnement professionnel. L'approche est divertissante et permet aux agents d'apprendre les notions essentielles de leur nouveau smartphone tout en évoluant dans un univers positif et stimulant. Par ailleurs, la création d'un serious game favorise l'acquisition de compétences en deux phases bien distinctes :

- Tests de connaissances : mini-jeux, quiz, catégorisations, navigations interactives ... qui permettent aux agents de se tester sur des sujets divertissants de culture générale et métiers.
- Jeu « Train Launcher » : le jeu permet de récompenser les performances des tests de connaissances. Le concept est simple : un train est propulsé dans l'espace et le joueur doit éviter les différents obstacles et monter le plus haut possible.

## Plus qu'une application, une innovation pédagogique au service de la transformation

Au delà du besoin d'accompagner au changement les agents SNCF Transilien, le dispositif proposé par l'agence Digiworks s'est révélé très efficace pour animer et fédérer les équipes avec des systèmes de challenges entre collaborateurs. Les retours des agents, très positifs, sont probablement la genèse de futurs projets entre les deux partenaires, notamment sur des améliorations de l'application et la déclinaison du concept pour d'autres services en pleine transformation. Pour Alexandre Reymonet, l'innovation pédagogique est incontestablement une réponse efficace aux enjeux de la

formation et de la transformation digitale des entreprises :

« Avec la digitalisation de nos environnements, notre attention est en permanence sollicitée. La formation, comme tous les secteurs de l'entreprise, doit s'adapter à ces nouveaux comportements et en utiliser les codes et outils. Cela passe notamment par la production de contenus utiles et captivants. Dans ce contexte, la gamification ou le serious game ont toute leur place, surtout lorsqu'ils exploitent tout le potentiel des technologies innovantes »

Ils réfléchissent par exemple en ce moment à de nouveaux concepts d'ingénieries pédagogiques mariant gamification et big data pour sa capacité de prédiction. L'objectif ? Proposer des dispositifs efficaces en engageant fortement les utilisateurs tout en délivrant des messages pédagogiques ciblés et personnalisés. La gamification, nouveau terrain de jeu pour les ressources humaines ?