

Gamification et engagement comportemental : appliquer les mécaniques de jeu aux programmes de fidélité

Lien : https://maroc-performance.com/formation/gamification-et-engagement-comportemental-appliquer-les-mecaniques-de-jeu-aux-programmes-de-fidelite

DURÉE
4 jours (28h)

RÉFÉRENCE
MAR126

CATÉGORIE
Neuromarketing & Sciences Comportementales

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Comprendre les principes de la gamification et leur rôle dans l'engagement et la fidélisation client.
- Maîtriser les principaux mécanismes comportementaux et psychologiques utilisés dans les expériences gamifiées.
- Concevoir des mécaniques de jeu adaptées aux objectifs d'un programme de fidélité.
- Construire des systèmes de points, niveaux, badges, missions, challenges et récompenses performants.
- Personnaliser les expériences gamifiées selon les profils et comportements des clients.
- Déployer des dispositifs de gamification cohérents sur les différents canaux du parcours client.
- Mesurer l'impact des mécaniques de jeu sur l'engagement, la rétention et la performance commerciale.
- Construire une stratégie de gamification permettant d'améliorer durablement la fidélité, la valeur client et le ROI.

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables fidélisation.
- Responsables CRM, Customer Relationship Management et Loyalty Marketing.
- Responsables Customer Experience et engagement client.
- Responsables Digital Marketing, Mobile Marketing et stratégie omnicanale.
- Responsables E-commerce et programmes de fidélité.
- Responsables Growth Marketing et engagement comportemental.
- Product Managers et Product Owners développant des applications ou plateformes de fidélité.
- Data Analysts, Customer Analysts et spécialistes du comportement client.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux de la Gamification appliquée à la fidélisation

- Comprendre les principes de la gamification et leur application aux stratégies de fidélisation client.
- Identifier les mécanismes psychologiques favorisant l'engagement, la motivation et la répétition des comportements.
- Distinguer gamification, promotion commerciale, récompense transactionnelle et véritable stratégie d'engagement comportemental.

2 / Psychologie comportementale et motivation du client

- Comprendre les mécanismes de motivation intrinsèque et extrinsèque influençant la participation aux programmes de fidélité.
- Exploiter les principes de progression, accomplissement, reconnaissance, compétition et appartenance.
- Identifier les leviers comportementaux permettant d'encourager les actions à forte valeur pour la marque.

3 / Conception des mécaniques de jeu

- Concevoir des systèmes de points, niveaux, badges, challenges, missions et récompenses adaptés aux objectifs marketing.
- Construire des boucles d'engagement favorisant la participation répétée et la progression du client.
- Équilibrer difficulté, récompense, fréquence et gratification afin de maintenir l'engagement dans le temps.

4 / Gamification des programmes de fidélité

- Transformer un programme de fidélité classique en expérience interactive et engageante.
- Concevoir des parcours de progression personnalisés selon les profils, comportements et niveaux de fidélité.

Maroc Performance

- Intégrer des mécaniques de récompense favorisant réachat, fréquence d’achat, panier moyen et rétention.

5 / Personnalisation et segmentation comportementale

- Segmenter les membres selon leurs comportements, préférences, valeur client et niveau d’engagement.
- Adapter les challenges, récompenses et missions aux différents profils de consommateurs.
- Utiliser la Data et l’IA pour personnaliser dynamiquement les expériences de gamification.

6 / Gamification omnicanale et engagement digital

- Déployer les mécaniques de jeu sur les applications mobiles, sites web, réseaux sociaux, magasins et programmes CRM.
- Créer une expérience cohérente entre les différents points de contact du parcours client.
- Exploiter les notifications, contenus interactifs et événements digitaux pour stimuler la participation.

7 / Mesure de l’engagement et expérimentation

- Définir les KPI de gamification : taux de participation, fréquence, progression, rétention, réachat et valeur client.
- Mesurer l’impact des mécaniques de jeu sur le comportement et la performance commerciale.
- Utiliser l’A/B testing et l’expérimentation comportementale pour optimiser continuellement le programme.

8 / Stratégie, ROI et gouvernance de la Gamification

- Relier les mécaniques de gamification aux objectifs de croissance, fidélisation et Customer Lifetime Value.
- Évaluer le ROI des récompenses et optimiser le coût de l’engagement généré.
- Construire une stratégie de gamification durable, éthique et scalable intégrée au programme global de fidélité.

Maroc Performance

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

08 au 11 Déc. 2026	Présentiel -
05 au 08 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
02 au 05 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
27 au 30 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
22 au 25 Juin 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés