

LE MARKETING RELATIONNEL

Les serious games

REF : MC2020016

Le + :

Certificat d'attestation de formation
après réussite de l'examen en ligne

Objectifs :

- Connaître les caractéristique d'un serious game
- Etre capable de gérer un projet serious game de A à Z
- Animer des formations et/ ou des événements d'entreprises grâce au serious game



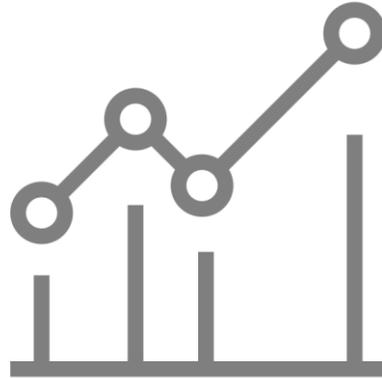
Pré-requis : Aucun pré-requis nécessaire



Pour qui ? : Equipes RH et communication interne

Durée : 1 jour (7 heures)

Lieu : Dans nos locaux (cf planning)
Dans vos locaux (> 4 personnes)



Formations associées :

- Les outils CRM
- L'automatisation marketing
- Les jeux marketing

CONTENU

- Définition d'un serious game
- Les avantages du serious game
- Les finalités (évaluer, former, informer et communiquer)
- Susciter de l'engagement
- Connaître les leviers psychologiques
- Définir son message et ses KPI
- Créer un storyboard
- Etablir les leviers pédagogiques adéquats
- Respecter un cadre précis
- Utiliser les nouvelles technologies
- Choisir les canaux de déploiement de la formation
- Inclure les collaborateurs
- Réaliser un budget
- Analyser les résultats (ROI)
- Faire le bilan du serious game
- Cas pratiques