

Cas d'utilisation Dometic

Dometic se sert de la formation par les jeux vidéo pour attirer et retenir les talents

La société mise sur les serious games pour offrir une formation moderne, flexible et interactive capable d'intéresser toutes les générations d'employés.

DOMETIC

■ **Entreprise :** Dometic.

■ **Secteur :** Mobile living.

■ **Objectifs :**

Attirer et retenir les talents par le biais de la formation.

Créer un écosystème de formation capable d'intéresser tous les profils et toutes les générations de la compagnie.

Offrir des expériences pédagogiques qui séduisent et marquent les utilisateurs.

Augmenter l'engagement et la motivation des employés.

■ **Solution :**

La plate-forme d'apprentissage par les jeux vidéo (*game-based learning*) de Game Strategies.

■ **Résultats :**

80 % Taux de finalisation.

87,5 % Taux de recommandation.



Objectif de Dometic : attirer et retenir les talents

Le Groupe Dometic, société d'origine suédoise, s'est affirmé comme une marque leader dans la production d'équipements de climatisation, hygiène, sécurité et réfrigérateurs pour tous types de véhicules (caravanes, automobiles, camions et bateaux). Sous le slogan « *Mobile living made easy* », Dometic compte 6 500 employés dans le monde entier et a généré un chiffre d'affaires de 1 250 millions d'euros en 2016.

Comme c'est également le cas de nombreuses autres entreprises, Dometic doit relever le défi d'attirer et retenir les talents. Dans une économie mondiale de plus en plus numérisée et se basant sur la connaissance, il est devenu vital de compter sur les meilleurs professionnels afin de faire face à la concurrence. C'est un fait, surtout sur le marché du travail compétitif allemand, où la forte croissance économique et le plein emploi, compliquent considérablement la mission d'attirer et retenir les talents pour les départements des ressources humaines.

« L'un de nos principaux objectifs est de trouver et de retenir les talents grâce à une offre de formation séduisante. Et je pense qu'aujourd'hui cela peut être atteint non seulement à partir d'une grande variété de thèmes mais aussi par le biais de différentes méthodes. Le PDF ne peut pas être la seule méthode d'apprentissage. »

Kerstin Klockenbrink | Directrice de la Dometic Academy



Un écosystème de formation pour tous les employés

Au sein de cette « guerre de talents », la Dometic Academy devait utiliser son offre de formation comme outil pour attirer et retenir les talents. L'entreprise souhaitait offrir des opportunités de croissance, des formats modernes et des cours qui permettraient aux employés de croître aussi bien personnellement que professionnellement. Dometic a ainsi cherché à augmenter l'engagement au sein de l'organisation, à attirer les candidats qui se présentaient à un nouveau poste de travail et à conserver les employés actuels.

De plus, l'entreprise souhaitait également créer un écosystème de formation varié et de qualité qui puisse être destiné à tous ses employés. L'objectif était de compter sur une large gamme de formats et de thèmes susceptibles d'intéresser toutes les générations de l'entreprise (*millennials*, *baby-boomers*, génération X, etc.). Un défi difficile, surtout avec les jeunes qui ont grandi dans l'ère de la rapidité d'Internet et ont accès à tout sur leurs *smartphones*.

« L'apprentissage par les jeux vidéo m'a convaincu car il s'agit d'un défi amusant. Le divertissement doit avoir un rôle encore plus important dans l'apprentissage. Quand on joue, on se souvient automatiquement des choses. C'est comme ça. »

Kerstin Klockenbrink | Directrice de la Dometic Academy

Solution : les jeux vidéo de Game Strategies

Pour faire face à ces défis, Dometic a décidé d'utiliser les jeux sérieux (*serious games*) de Game Strategies et sa plate-forme d'apprentissage par les jeux vidéo (*game-based learning*). Cette solution a ainsi permis à Dometic d'obtenir les trois avantages suivants :



- **Une flexibilité totale.** La formation de Game Strategies peut être réalisée grâce à un nom d'utilisateur et une connexion à Internet, rien de plus. Les employés de Dometic peuvent accéder aux jeux vidéo depuis un ordinateur, une tablette ou un téléphone portable. L'entreprise économise ainsi en frais de déplacement, d'hôtels, etc. Mais ce n'est pas tout ! Le plus important et le plus attirant, c'est que les employés peuvent réaliser la formation quand et où bon leur semble.

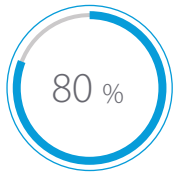
- **Un apprentissage émotionnel.** Il est aujourd'hui prouvé que l'une des clés pour l'apprentissage est de ressentir des émotions. Les jeux vidéo, grâce à la présentation d'une histoire et ses personnages, permettent que les apprenants interagissent avec les contenus et s'impliquent émotionnellement. Le résultat est donc une plus grande stimulation du cerveau et de meilleurs taux d'assimilation et de mémorisation.

- **Un apprentissage par la pratique (*learning by doing*).** Les employés de Dometic ressentent non seulement des émotions avec cette expérience pédagogique, mais ils peuvent également utiliser un simulateur afin de pratiquer de façon directe. Il ne s'agit pas uniquement de lire de longs textes et de répondre à des questions du type QCM, mais de mettre en pratique ce qui a été appris grâce aux *serious games*. L'utilisateur apprend ainsi à base d'essais et d'erreurs, l'une des méthodes les plus efficaces pour garantir l'apprentissage. Voilà ce qu'on connaît aujourd'hui comme « apprendre en pratiquant » (*learning is doing*) ou encore « apprentissage par l'expérience » (*experiential learning*).

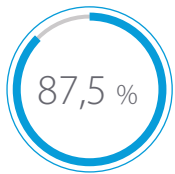
« Nous avons constaté que l'apprentissage par les jeux vidéo se fait souvent volontairement et pendant le temps libre, parce que les gens s'amuse et ne le considèrent pas comme un travail. Nous sommes donc passés d'une obligation à une décision volontaire. »

Kerstin Klockenbrink | Directrice de la Dometic Academy

Taux de finalisation :



Taux de recommandation :



Résultats : des employés plus impliqués

Tous ces avantages se sont traduits en un énorme succès au sein de Dometic. Les employés étaient particulièrement ravis par la flexibilité de la plate-forme (24 heures sur 24, 7 jours sur 7) et par la possibilité d'apprendre à leur propre rythme. De plus, le format moderne et innovant a agréablement surpris les apprenants, qui ont pu apprendre et s'amuser en même temps. Ceci a donc permis que les jeux vidéo de Game Strategies obtiennent un taux de finalisation de 80 % et un taux de recommandation de 87,5 %, ce qui est bien plus élevé que les autres offres d'*e-learning* du marché.

La Dometic Academy s'est fixée comme objectif d'impliquer et de motiver les employés. Proposant une offre plus vaste dans son catalogue de formation, l'entreprise a réussi à toucher toutes les générations et tous les profils au sein de Dometic, accroissant ainsi l'engagement et l'implication des employés envers la compagnie.

Conclusion : augmentation de la satisfaction des employés et plus grand intérêt de la part des candidats. La mission était accomplie et avait ainsi réussi à améliorer son image de marque (*employer branding*).

« Du point de vue de la formation, nous devons trouver un bon mélange ; comme s'il s'agissait d'une boîte d'assortiments de chocolats. Une partie de ce mélange sera sans aucun doute l'apprentissage par les jeux vidéo. »

Kerstin Klockenbrink | *Directrice de la Dometic Academy*

