

Étude de cas Ford



Ford México renforce sa culture d'entreprise parmi ses collaborateurs grâce au game-based learning

Après le succès du projet pilote auquel a participé une centaine de coordinateurs de formation des différents distributeurs, l'entreprise a formé 8 000 personnes de divers profils dans plusieurs soft skills



■ **Entreprise :** Ford México.

■ **Secteur :** automobile.

■ **Détails du programme :**

Période : **2017-2018**

Employés : **8 500**

■ **Objectifs :**

Innovier en matière de formation de collaborateurs présentant des profils très variés.

Toucher des employés de différents départements et assumant différentes responsabilités au moyen d'une formation qui s'adapte à leurs besoins.

■ **Solution :**

Le *game-based learning* centré sur différents domaines d'activité pour développer différentes *soft-skills* :

- **Merchants**, *serious game* pour la négociation et la gestion de conflits.
- **Triskelion**, *serious game* pour la gestion du temps et la productivité personnelle.
- **Pacific**, *serious game* de leadership et de gestion d'équipes.
- **2100**, *serious game* sur le service clients.

■ **Résultats :**

75 % Taux de finalisation.

99 % Taux d'applicabilité.

98 % Taux de recommandation.



Le game-based learning offre à l'un des leaders du secteur de l'automobile l'outil idéal pour renforcer la culture d'entreprise

Depuis 1925, Ford México est solidement implanté dans le pays. L'entreprise compte désormais 126 distributeurs sur le territoire national, ce qui représente un nombre de 10 000 employés approximativement.

Ford México a pris l'engagement de devenir l'entreprise la plus fiable en termes de mobilité et de conception de véhicules intelligents destinés à aider les personnes à se déplacer librement et en toute sécurité. Afin de transmettre les valeurs et l'expérience de l'entreprise aux collaborateurs de ses distributeurs, l'entreprise a décidé de mettre en œuvre une méthode de formation et de communication différente et innovante.

Le défi : améliorer les compétences des employés de l'entreprise

Le principal défi que devait relever Ford México consistait à satisfaire ses besoins en formation et en communication à différents groupes de postes, dispersés géographiquement. Il s'agissait de transmettre une vision commune, ainsi que des éléments de référence partagés utiles pour l'activité de chacun.

Il fallait également répondre à l'impératif d'assurer la participation et l'*engagement* des destinataires de ce processus de formation et de communication, en tenant compte des profils multidisciplinaires et variés.

« Cela s'est avéré un moyen efficace d'atteindre différents profils. Nous avons couvert les besoins en formation de différents groupes de postes ».

Brenda Sánchez | *Coordinatrice de formation.*

Solution : les jeux vidéo de Gamelearn

Ford México a compris que le *game-based learning* était le moyen idéal pour atteindre une grande variété de postes au sein des distributeurs, de manière efficace, mais aussi attrayante.

Après avoir effectué un test avec Pacific, un *serious game* sur le leadership et la gestion d'équipes, dans le cadre d'un projet pilote qui a compté avec la participation d'une centaine de coordinateurs de formation des distributeurs, le succès a été tel que ce *serious game*, parmi d'autres, a été inclus dans la matrice annuelle des cours pour l'année suivante. Cela a abouti à la conception d'un modèle d'attribution de jeux vidéo à différents groupes de postes qui englobaient au total quelque 8 000 personnes.

Aussi bien Merchants, *serious game* de négociation et de gestion de conflits, que Triskelion, *serious game* de gestion du temps et de la productivité personnelle, ont été présentés dans tous les départements, y compris les ventes, les services ou encore l'administration.





« Certains éléments de gamification tels que les classements se sont avérés les plus addictifs ».

Brenda Sánchez | Coordinatrice de formation.



Le *serious game* Pacific, mentionné ci-dessus, sur le leadership et la gestion d'équipes, a été proposé à tous les gestionnaires et coordinateurs de formation.

Enfin, 2100, un *serious game* doté d'un puissant simulateur qui renforce les compétences liées au service clients, a été attribué aux conseillers en achats et aux chargés de l'accueil, c'est-à-dire ceux qui sont le plus souvent en contact avec le client final.

En résumé, ce type de formation gamifiée présentait au moins trois avantages susceptibles de contribuer à la réalisation des objectifs de l'entreprise :

- 1. Apprentissage dans un environnement simulé et sécurisé :** les *serious games* de Gamelearn fournissaient une façon d'apprendre différente, innovante et attrayante, en rupture avec d'autres modalités plus traditionnelles. De plus, les simulateurs présents dans les jeux reproduisaient des cas réels qui permettaient aux destinataires de la formation de s'exercer dans un environnement sécurisé.
- 2. Formation intéressante et synergique :** la qualité des contenus et des éléments de gamification, qui ont motivé et surpris les joueurs, ont accru l'*engagement* de ces derniers et amélioré leur expérience d'apprentissage
- 3. Accessibilité :** en raison du caractère ambitieux du projet (plusieurs milliers de collaborateurs), l'accessibilité et la flexibilité de la plate-forme Gamelearn sont devenues des facteurs clés pour Ford México. Les participants ont pu suivre la formation au moment et à l'endroit qui leur convenaient.

Taux de finalisation :



Taux de recommandation :



Taux d'applicabilité :



Résultats : renforcement de la culture d'entreprise dans plusieurs départements

Les *serious games* de Gamelearn jouent désormais un rôle de lien institutionnel pour les collaborateurs de Ford qui ont participé à l'expérience de formation. Ce seul fait a permis de concrétiser la structuration souhaitée par le département de la formation et du développement autour de référents d'entreprise homogènes.

Compte tenu du grand nombre d'apprenants, et la multiplication proportionnelle des facteurs ayant un impact sur le taux de finalisation, celui-ci s'est logiquement situé autour de 75 %. Pour le reste, la réponse a été généralement satisfaisante. Le taux élevé de participants qui recommanderaient une formation à d'autres collègues (98 %) et le pourcentage de ceux qui l'ont trouvée utile pour leur vie quotidienne (99 %) en sont une preuve évidente.

« La réponse au projet pilote de près de 100 employés a été si positive que nous n'avons pas hésité à inclure la formation avec le game-based learning dans le plan de formation annuel ».

Brenda Sánchez | *Coordinatrice de formation.*

