

L'alliance entre gamification et digital, l'expérience touristique idéale ?

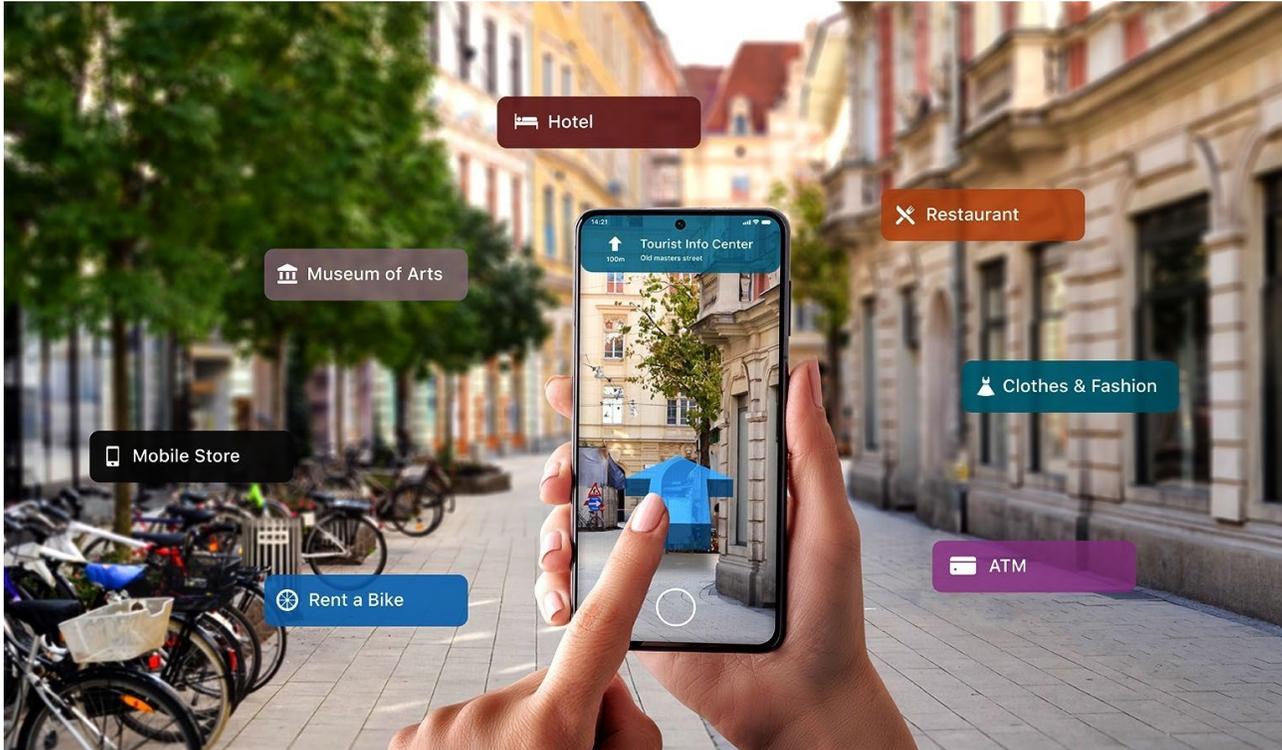
Thomas LECLERCQ, PhD., Dr.
Associate Professor of Marketing
Head of the Marketind Sales Department
t.leclercq@ieseg.fr





Réalité Virtuelle

Réalité Augmentée

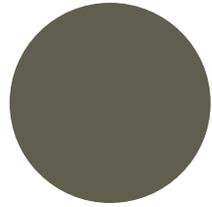
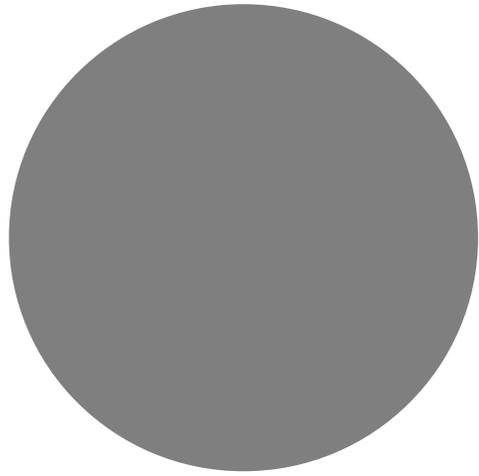




Les outils digitaux fournissent une expérience virtuelle de qualité ?

- Certaines technologies sont complexes
- L'expérience fun est succincte
- Les outils ne sont pas réutilisés
- Les consommateurs peuvent être distraits de l'objectif initial





Tout est dans le design

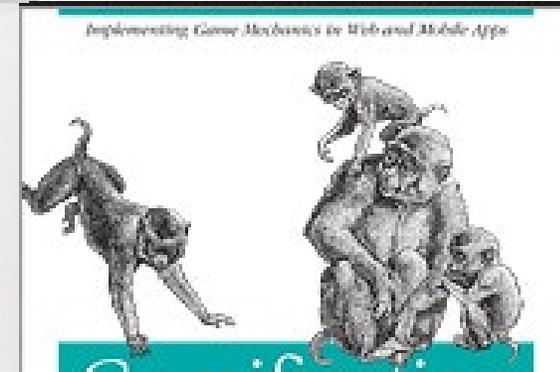
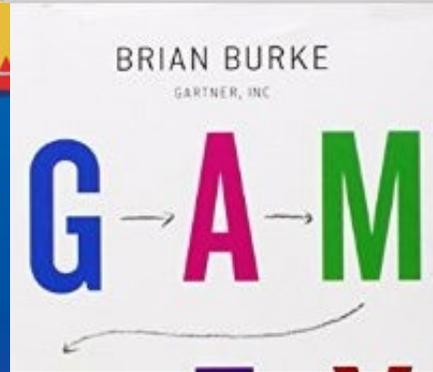
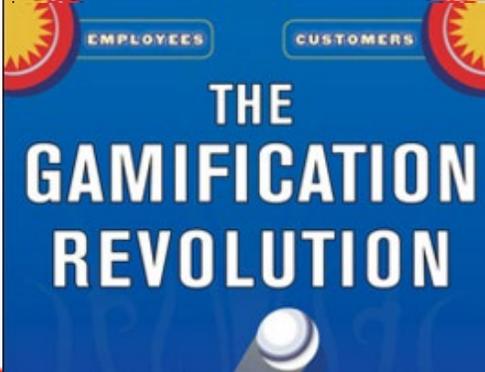


NEW YORK TIMES BESTSELLER

REALITY IS BROKEN

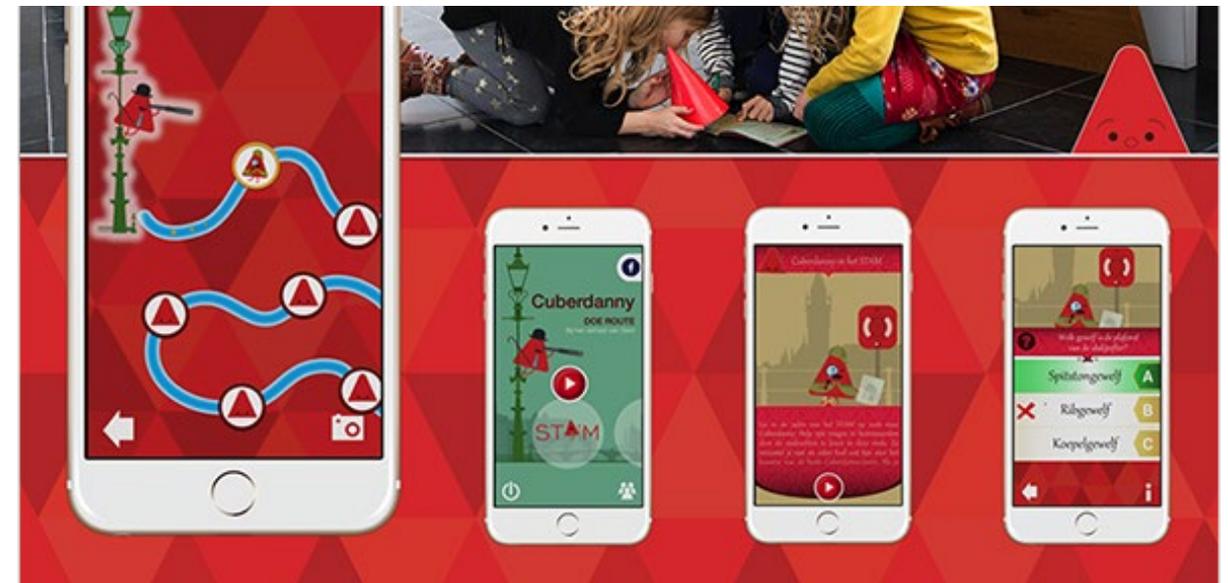
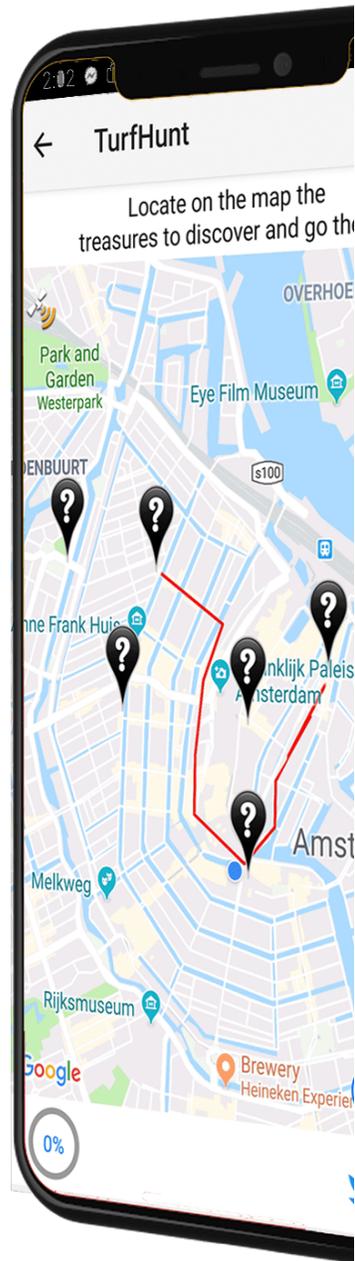
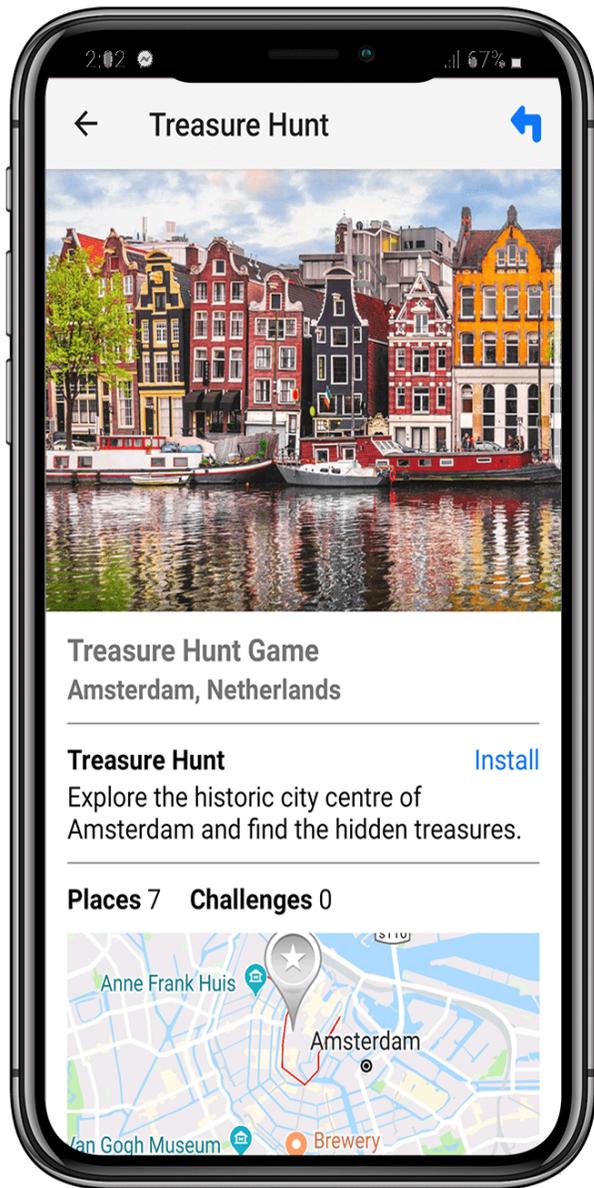


HOW
GAME THINKING
CAN REVOLUTIONIZE
YOUR BUSINESS



L'utilisation de dynamiques associées aux jeux pour engager des personnes au-delà du jeu

Gabe Zichermann



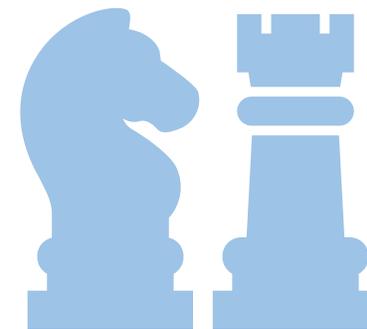
- **Encourager des comportements. Ex: visiter des endroits peu fréquentés**
- **Encourager la réflexion et l'apprentissage**
- **Générer de la réputation sociale/digitale**
- **Rendre l'activité sociale**
- **Fournir une expérience**



Les bénéfices de la gamification



De l'inconnu/incertitude



Des stratégies

La gamification



**Des dynamiques
sociales**



Une quête/des objectifs



Des récompenses