

Comment mettre les commerciaux sous **DOPAMINE**?



Alban Grolleau
co-fondateur Aktisea



Nicolas Woirhaye
Sidetrade



Les enjeux

66% du temps du commercial est du temps administratif *

Digitalisation = tâches répétitives

“Sales fatigue”

Baisse de la cohésion d'équipe

* source : Hubspot

Symptômes

Cynisme et détachement

Perte d'enthousiasme dans le travail

Arrivées en retard

Reproches dans l'équipe

SAUF 10 minutes quand un deal est signé

ADN commercial

Les commerciaux sont des joueurs

Leurs moteurs personnels : reconnaissance sociale & les challenges

35m de joueurs réguliers en France

Les challenges ventes

GALDERMA

92% de participation (314)
+31% de croissance des ventes

CISCO

+12% de croissance des ventes



95% de participation (314)
+31% de croissance des ventes

AUTODESK

+40% période d'essai clients
+29% de croissance des ventes

* sources : lagamification.com, <https://yukaichou.com>

SIDETRADE



Principaux bénéfices

Chiffre d'affaires

+8,5%

Taille du deal moyen

+6,1%

Conversion des leads

+1,1%

Variations annuelles pour les
entreprises utilisant la
#gamification
(vs moyenne des entreprises)

Les moteurs



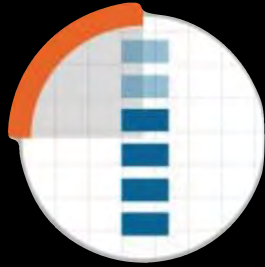
30%
progression
par niveaux



27%
points/
scores



26%
retour sur la
performance



25%
barres de
progression



24%
flux de logs &
activités



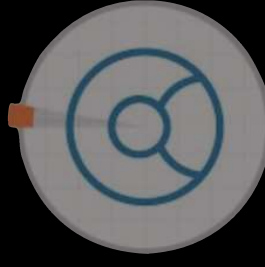
13%
compétition
entre amis



12%
cadeaux
virtuels



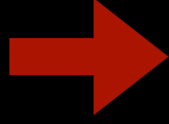
11%
faire l'objet
d'une story



3%
avoir un
avatar



2%
monnaie
virtuelle



Règles de jeux

Objectif aligné avec le business & chiffré

Le jeu nécessite une compétence-clé du commercial

Autonomie, espaces de liberté

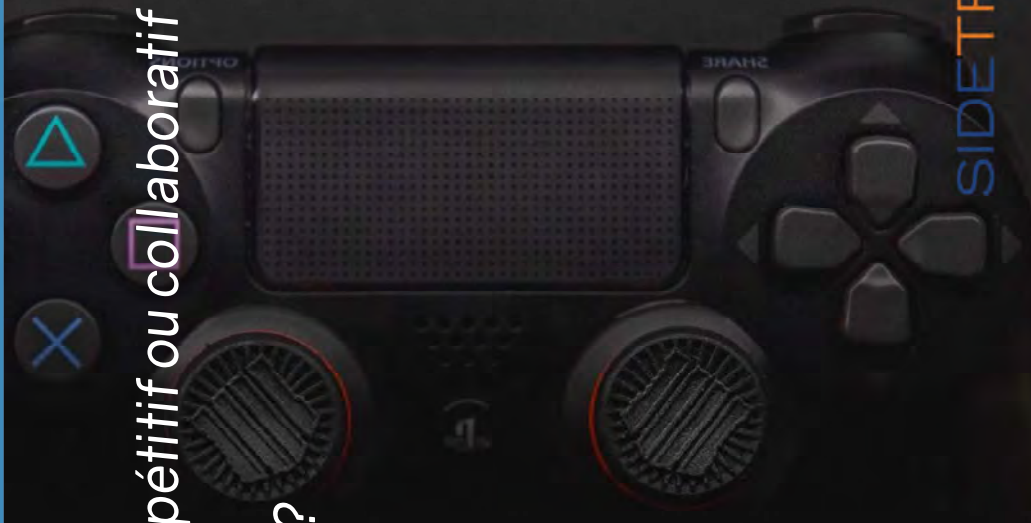
Progression par étapes

Support de suivi, digital ou physique

Cohésion, connexions sociales

Compétitif ou collaboratif ?

Lots ?



Exemples



Challenge commercial.fr

Le secret des équipes sous dopamine

Découvrez chaque semaine un nouveau challenge pour vos équipes commerciales B2B



SIDETRADE

Exemples d'objectifs

Prospecter

Traiter les objections

Savoir pitcher

Qualifier le CRM

Obtenir des recommandations

S'adapter au prospect

objectif Objectifs

Ce jeu permet d'expliquer aux objectifs clients, pour améliorer les ventes, la rentabilité des commerciaux et former les prospects commerciaux.

Préparation	30 min	Temps de jeu	1h à 2h	Très facile	Non marqué
-------------	--------	--------------	---------	-------------	------------

ingrédients

- 10 personnes à découvrir dans la salle et répondre en 10 et 20 points
- 10 personnes à qualifier dans le jeu "Zigzag" et les autres "Fly" (Flyer) et les autres "Fly" (Flyer) et les autres "Fly" (Flyer)
- 10 personnes à qualifier dans le jeu "Zigzag" et les autres "Fly" (Flyer) et les autres "Fly" (Flyer)
- 10 personnes à qualifier dans le jeu "Zigzag" et les autres "Fly" (Flyer) et les autres "Fly" (Flyer)

procédure

1. Les joueurs s'installent dans la salle et répondent en 10 et 20 points
2. Les joueurs s'installent dans la salle et répondent en 10 et 20 points
3. Les joueurs s'installent dans la salle et répondent en 10 et 20 points
4. Les joueurs s'installent dans la salle et répondent en 10 et 20 points
5. Les joueurs s'installent dans la salle et répondent en 10 et 20 points

BURGER QUIZ

naissance produit Pitch Concurrence

Temps de préparation	1h	Temps de jeu	1 à 2h	Difficulté	Engagement
----------------------	----	--------------	--------	------------	------------

