

**Le 1er
Serious Game mondial
d'initiation on-line à un Métier :
le Business Coiffure.**

Summit Serious Games - Lyon - 04 décembre 2006



L'ORÉAL

Produits Professionnels

KÉRASTASE
PARIS

 BUSINESS
for Development

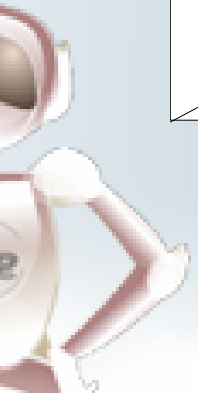
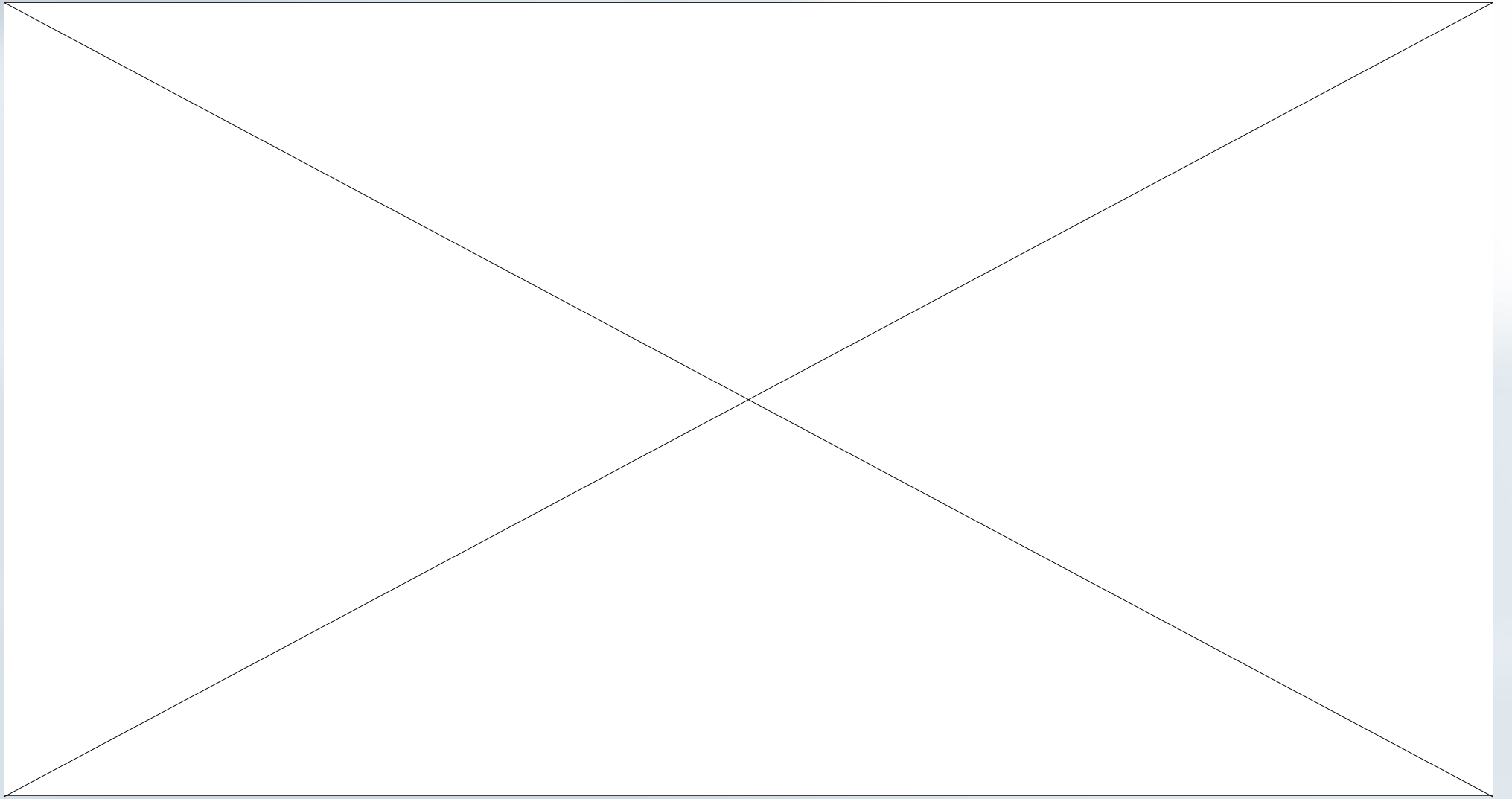
L'ORÉAL PARIS
PROFESSIONNEL

REDKEN
5TH AVENUE NYC

MATRIX


MIZANI
HEALTH & BEAUTY IN BALANCE™





1. Contexte et Objectifs

2. Hair Be12 : qu'est-ce que c'est ?

3. Cibles et supports

4. RedDivision : genèse du projet, équipe
méthodologie



AMÉRIQUE DU NORD
ET CENTRALE

EUROPE

5,5 Milliards d'habitants
2 Milliards de consommateurs
12 Milliards de Visites
201 Milliards d'€uros

3 Millions Salons
8 Millions de Coiffeurs
800 000 élèves en Ecole Coiffure

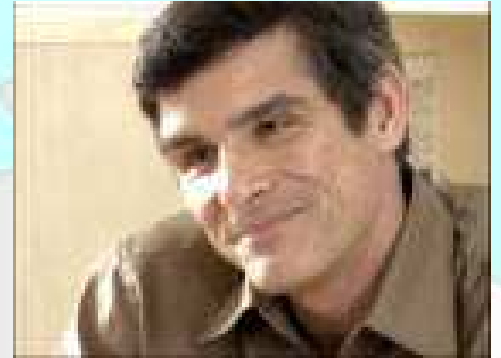
AMÉRIQUE DU SUD

67 000 € / salons
24 000 € / employé
2,8 employés/ salon

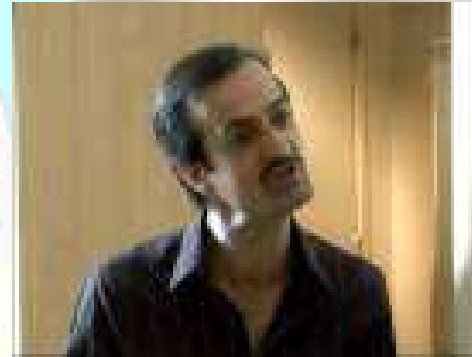
Océan
INDIEN

Océanie

MANAGER



**MASTER
/ STAR**



SENIOR



JUNIOR



APPRENTICE





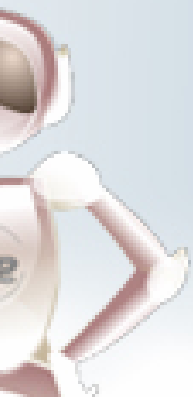
**Techniques
& Coupes**



Diagnostic Conseil

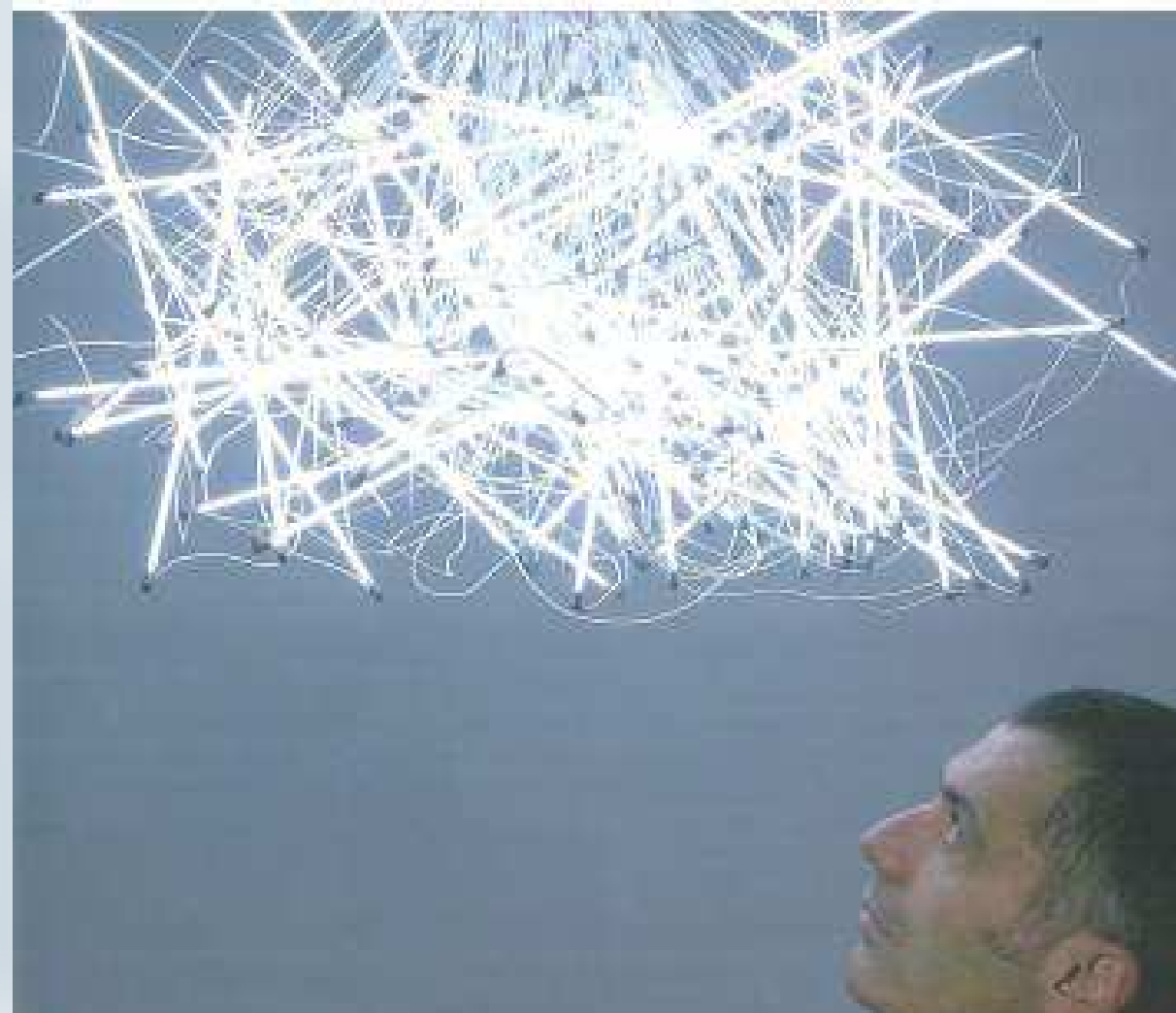


**Compréhension du
Business Coiffure**





versus **Generation Traditionnelle**







1. Contexte et Objectifs

2. Hair Be12 : qu'est-ce que c'est ?

3. Cibles et supports

4. RedDivision : genèse du projet, équipe
méthodologie



Le 1^{er} Serious Game mondial d'initiation on-line à un métier : le Business Coiffure.

Un outil interactif et
pédagogique



Un jeu qui s'insère dans le
dispositif de formation

Un jeu multi-langue pour les
professionnels du monde entier

Un « serious game » : l'avenir de la
formation professionnelle

Initiation aux Compétences Professionnelles:
Relation Clientèle
Développement des Services
Relation Entreprise



1
Introduction du personnage et train pédagogique



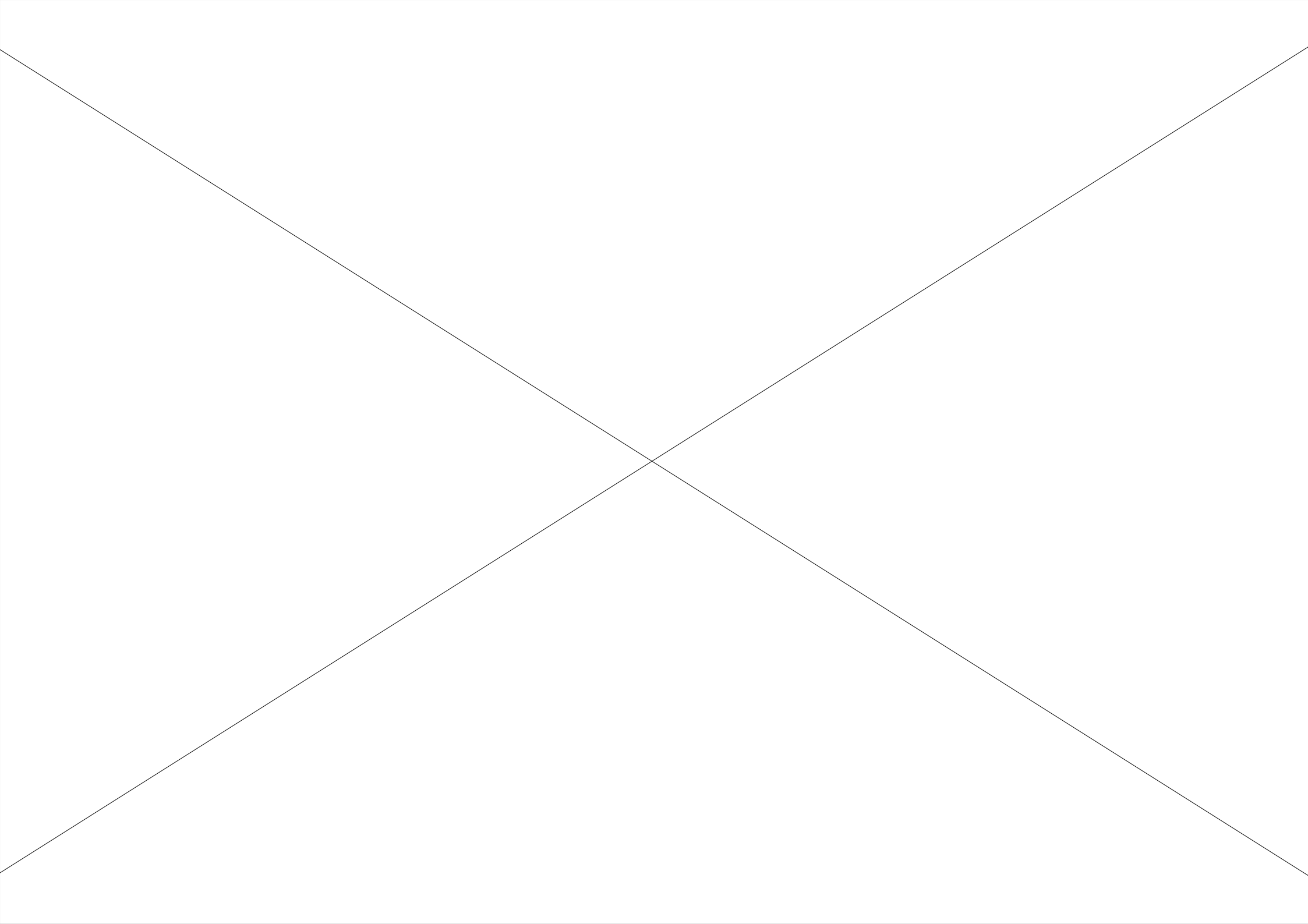
2
Les jeux bonus

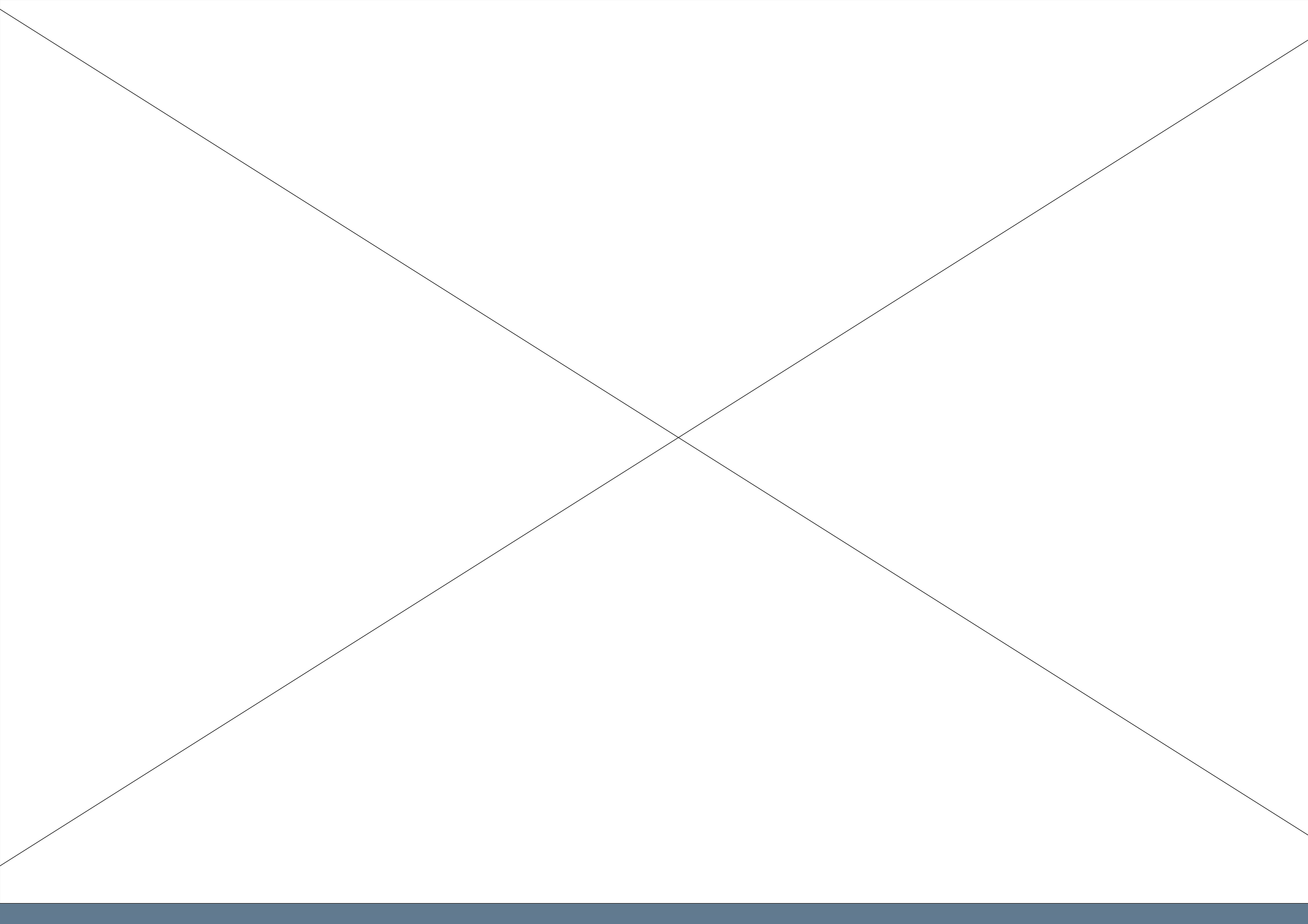


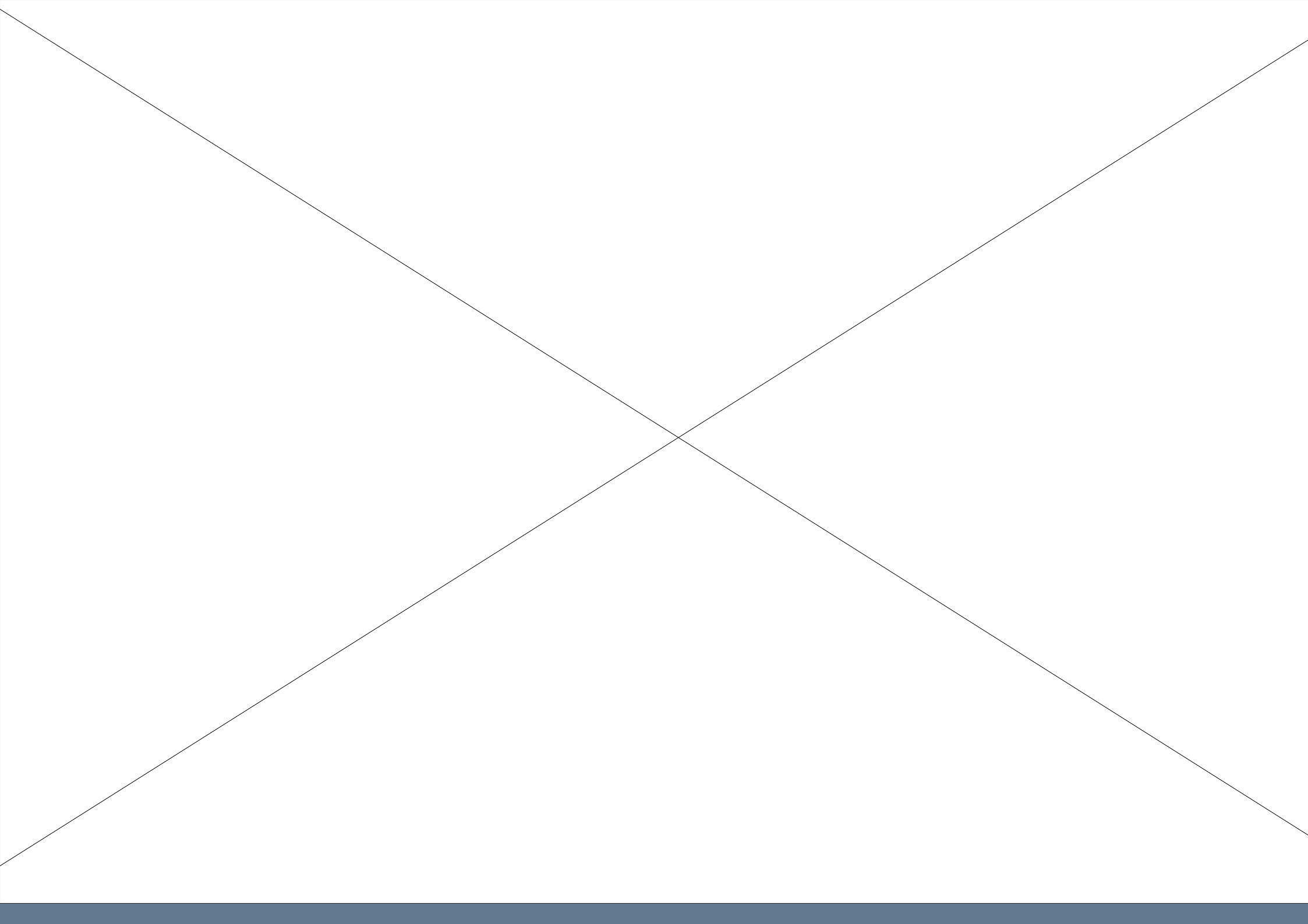
3
Les quizz

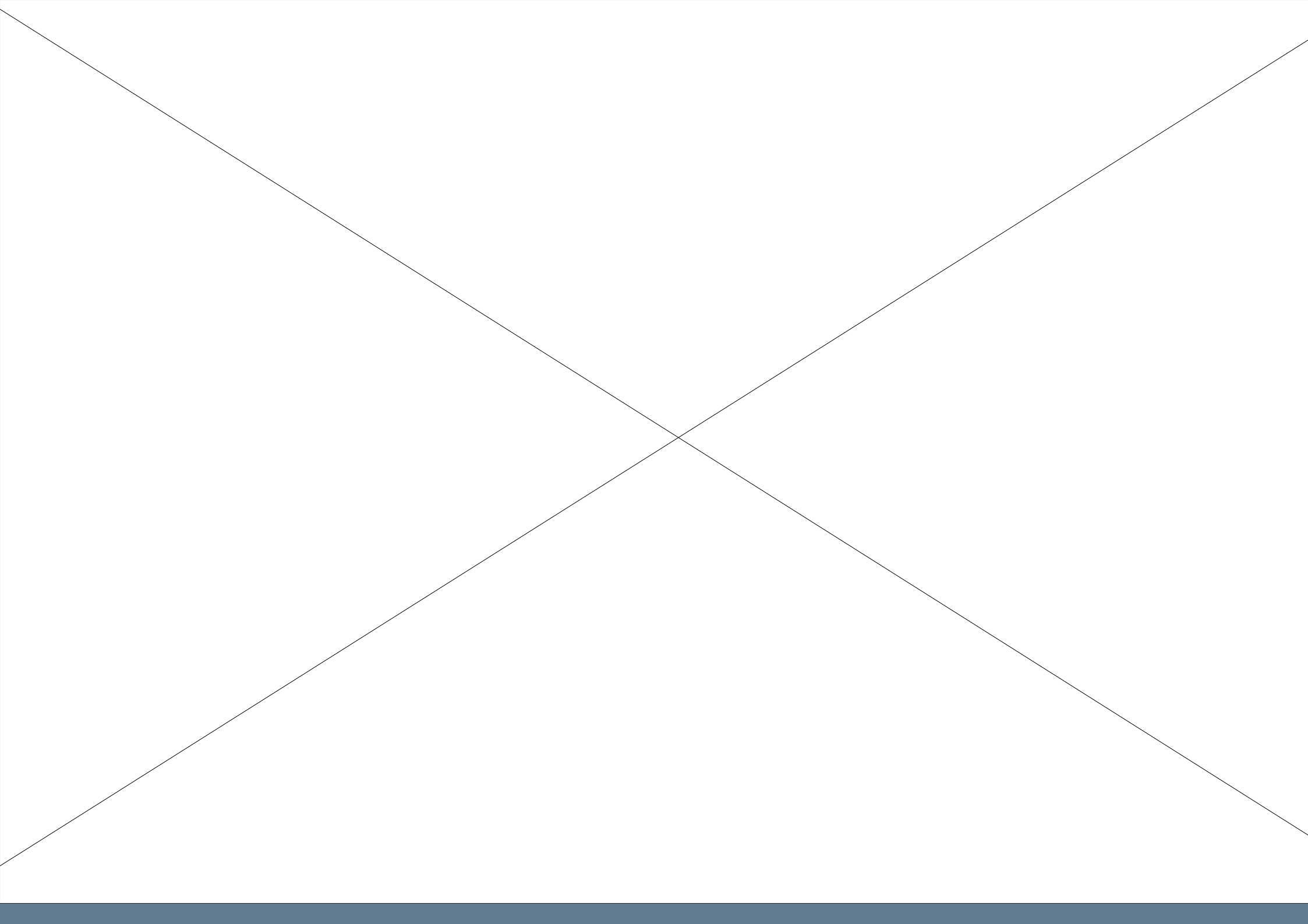


4









1. Contexte et Objectifs

2. Hair Be12 : qu'est-ce que c'est ?

3. Cibles et supports

4. RedDivision : genèse du projet, équipe, méthodologie



 Ecoles

 Professionnels

 L'Oréal interne



Etudiants en coiffure
✓ Se former

Collaborateurs salon
✓ Se former

Professeurs
✓ Former ses élèves

Managers salon
✓ Former ses collaborateurs

Grand public
S'informer sur le métier



Education
✓ Image d'innovateur
✓ Couverture du marché
✓ CRM éducation

Force de ventes
✓ Proposer des services innovantes
✓ Identifier des prospects
✓ Moyen de conquête

Marketing
✓ CRM clients
✓ Image innovateur pour les marques

Outil flexible, Hair Be12 permet de se former seul, où l'on veut, quand on veut, et à son rythme : 12 épisodes dans la foulée (non recommandé), un à plusieurs épisodes par jour, par semaine, par mois, avec ou sans discussion avec son professeur ou son manager.



Le jeu Be12 peut être utilisé par des éducateurs pour créer une interaction : à titre d'exemple

une compétition interactive où des équipes jouent en simultanément, les uns contre les autres, avec une mini récompense pour l'équipe gagnante

une compétition interactive suivie d'un débat sur le thème



En groupe

Des salons
du métier

Séminaires
L'Oréal

Conventions

En salle
de classe

Comment se forment-ils ?

- En cours
- Avec un prof
- Seuls

Quels sont les outils à leur disposition ?

- Le professeur
- Internet
- Livres
- Presse professionnelle

Quelles sont leurs attentes en matière de formation ?

- Être formé sur des sujets non-vécus de la vie quotidienne
- Expérimenter des situations concrètes, pratiques (simulations)

Comment leur faire découvrir Be12 ?

- Par les professeurs eux-mêmes
- Via les salons et événements liés au métier de la coiffure (MCB par exemple)
- Lectures magazines de marques
- Internet (sites du métier, moteurs de recherche, forums)
- Presse PRO, Jeunes, Mode, People



1. Contexte et Objectifs

2. Hair Be12 : qu'est-ce que c'est ?

3. Cibles et supports

**4. RedDivision : génèse du projet,
équipe et méthodologie**



A la base, une forte expérience du jeu on line : production de plate forme de jeux internet, collaboration FDJeux

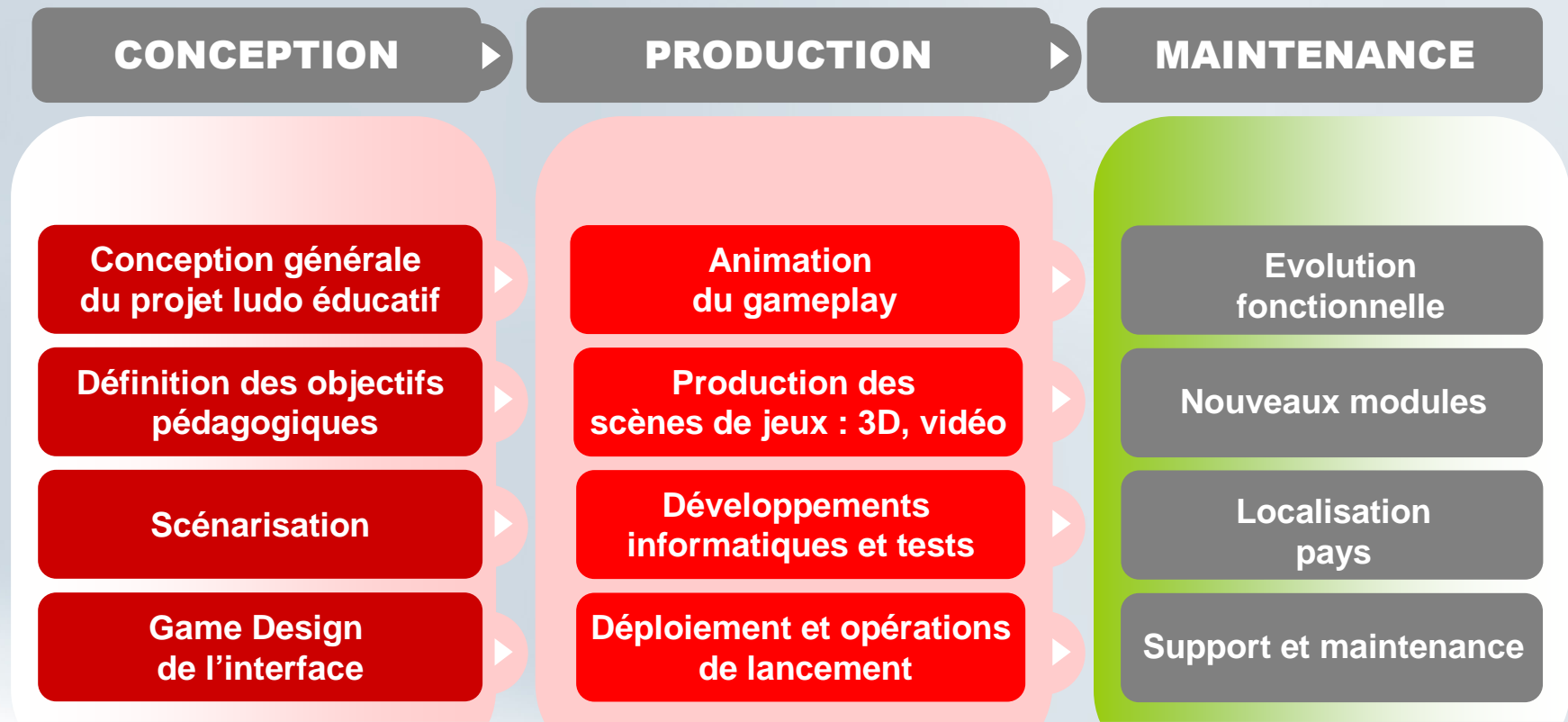
RedDivision est une structure exclusivement dédiée aux Serious Game

Qui vient du monde Internet et du E-marketing

Centrée sur les Serious Game de marques

Avec pour mission d'innover et d'investir de nouveaux territoires de formation et de communication.

estations :



Division et le département Business Développement de L'Oréal Produits Professionnels avaient déjà une longue habitude de collaboration autour de la production de projets de E-Learning

mais ces outils avaient atteint leurs limites en termes d'interactivité et de potentiel d'immersion.

L'adéquation avec une cible qui est nourrie des jeux vidéos et du mobile, n'était plus satisfaisante

ce qui impliquait d'aller plus loin pour servir de nouveaux besoins :

- **Simulation de la vraie vie professionnelle**
- **Immersion dans des situations complexes**
- **Progressivité des niveaux de difficulté**
- **Modélisation de comportements professionnels, en fonction d'objectifs pré-déterminés**
- **Simulation avec immersion 3D et avatar**



constitution d'une équipe dédiée sur 18 mois
sur le principe de l'équipe de production d'un jeu vidéo

Coté L'Oréal :

association au projet de nombreux services internes : Éducation / Marketing /
Archives / Services IT

multiples réunions de coiffeurs pour faire émerger les idées mais aussi tester le jeu

Coté prestataires :

l'équipe s'est progressivement étoffée

phase de réflexion : une équipe centrée sur l'expression de besoins
une étape longue : 1 an de préparation

puis sur Ikosoft, spécialiste des logiciels pour la gestion des salons de coiffure

En phase de production :

Environnement technique : contrainte de développement sous un
environnement .Net. Prestation assurée par la SSII Alsy

Le design sonore a été assuré par le studio CatSound



s d'idées préconçues, mais quelques certitudes de base :

Privilégier l'Internet :

- Une application full Internet et principes de portabilité et disponibilité optimum
- Récupération permanente des données sur la pratique du jeu

Proposer des jeux immédiatement accessibles

- Les règles sont simples et permettent à l'utilisateur de démarrer immédiatement
- Les sources graphiques sont légères et ne pénalisent pas l'utilisateur
- QCM scénarisés, jeux immersifs, mini jeux flash ...

Simuler la 3D et proposer un environnement jeu vidéo like

- La 3D simulée permet d'immerger l'internaute dans un environnement réaliste
- Le Flash constitue une solide alternative pour l'animation

- **Des scénarios « métiers » pour immerger l'utilisateur**

- Des scénarios fictifs ou directement puisés dans le métier de l'entreprise

