


PROJET DE TER

Ludification des sondages

CONTEXTE THÉORIQUE

Entreprise et problème posé

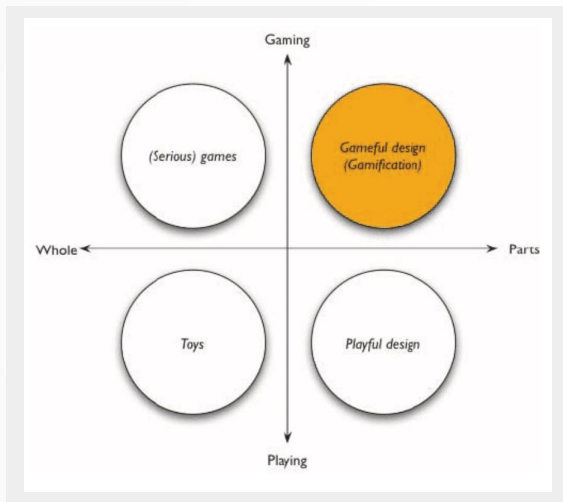


Prolifération et banalisation des enquêtes	Baisse des taux de réponse (démotivation)
Questionnaires ennuyeux et répétitifs	Réponses non impliquées voire bâclées (réponses molles)
Instrumentalisation des interviewés	Agacement, rejet, risque pour la marque intervieweuse

La motivation des interviewés : un capital à entretenir
Source : QualiQuanti

CONTEXTE THÉORIQUE

Une réponse ... la ludification



Deterding (2011)

“

Le nombre de joueurs français multiplié par 3 en 10 ans.

80% des français jouent aux jeux vidéo, avec de plus en plus de joueuses

Un taux d'équipement en très forte hausse

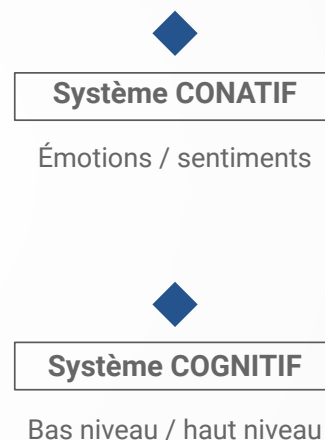
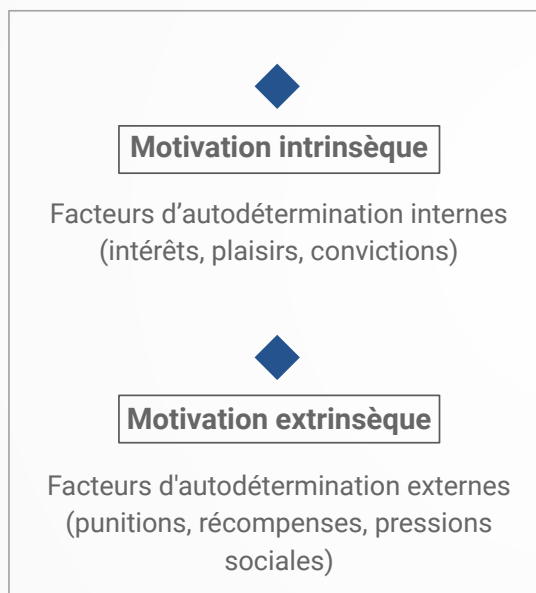
Les jeux vidéo pour un public mature, gagnent du terrain

”

Livre Blanc, Syndicat National du Jeu Video (2013)

CONTEXTE THÉORIQUE

Les mécanismes cognitifs

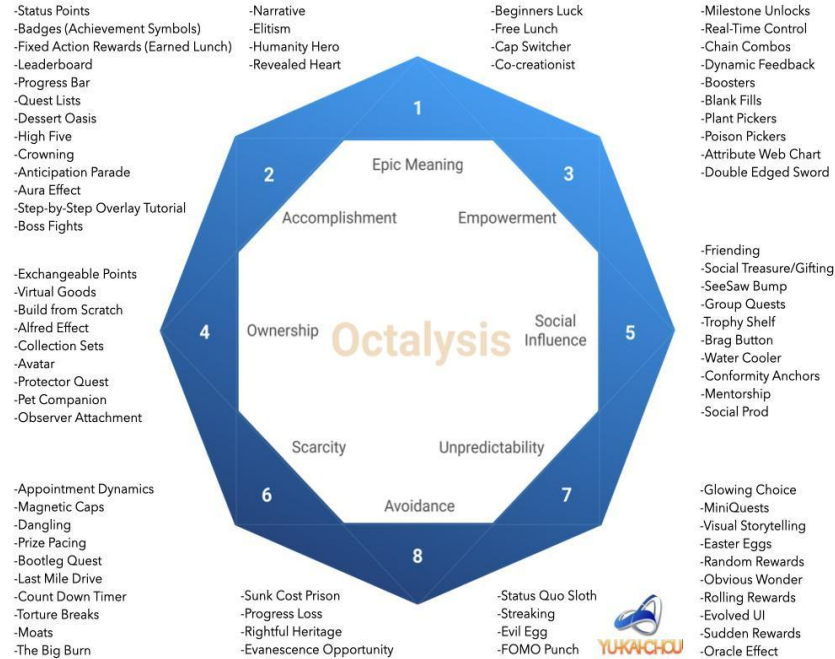


CONTEXTE THÉORIQUE

Outils de ludification

3 types d'outils :

- Narration (épique ou personnelle)
- Feed back (social ou personnel)
- Compétence (mentale ou proprioceptive)



CONTEXTE THÉORIQUE

Mesures implication / satisfaction

Implication / engagement : “explique la persistance d’une action dans le temps”

H1 : les personnes qui sont allé au bout du sondage

H2 : les participants qui reste plus longtemps de manière volontaire

Satisfaction : “sentiment ou état subjectif de bien-être produit en réaction à un accomplissement”

H3 : questionnaire de satisfaction (Mesure explicite)

H4 : étude de la valence de la réponse à la question ouverte (Mesure implicite)

CONTEXTE THÉORIQUE

Hypothèses

H1 : L'augmentation du **degré de ludification** d'un sondage fait baisser le **taux d'abandon** des participants.

H2 : L'augmentation du **degré de ludification** d'un sondage augmente le **nombre de caractères** écrit par les participants en réponse à la question ouverte en fin de sondage.

H3 : L'augmentation du **degré de ludification** d'un sondage augmente le **score de satisfaction** des participants.

H4 : L'augmentation du **degré de ludification** d'un sondage augmente la **moyenne de réponse à valence positive** des participants à la question ouverte en fin de sondage.

MÉTHODOLOGIE

Variable Indépendante

Degré de ludification : variable qualitative ordinaire à 3 modalités

NL

Non-Ludifié

PL

Partiellement-Ludifié

TL

Totalement-Ludifié

Plan intergroupe : 3 groupes expérimentaux chaque participant passe aléatoirement dans un des groupes.

MÉTHODOLOGIE

Variable Dépendante

Mesures de l'implication

Taux d'abandon au sondage =

$$1 - \frac{\text{Nombre de sondage terminé}}{\text{Nombre de sondage ouvert}}$$

Nombre de caractères écrit par le participant
lors de la question ouverte.

MÉTHODOLOGIE

Variable Dépendante

Mesures de la satisfaction

Taux de réponse à valence positive à la
question ouverte.

Score de satisfaction : en fonction des
réponses au questionnaire de fin.

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Affirmation positive	-2	-1	0	+1	+2
Affirmation négative	+2	+1	0	-1	-2

MÉTHODOLOGIE

Matériel et Participants

	Totalement-ludifié	Partiellement-ludifié	Non-ludifié
Sondage ouvert	22	26	28
Sondage terminé	14	16	15
Taux d'abandon	0.3636364	0.3846154	0.4642857



Permet de développer des interfaces de sondage simple puis de stocker les résultats.



Application web qui permet de créer des bandes dessinées.

MÉTHODOLOGIE

Déroulement / procédure

Pré-étude

J'ai davantage envie de participer au sondage de gauche qu'à celui de droite.

Le questionnaire de gauche est plus ludique que celui de droite.

MonSondage.com

Nous contacter
Reprendre plus tard
Annuler et Sortir

Bonjour, Capitaine !
Afin de tenir les 6 mois nécessaires à l'accomplissement de votre mission, vous devez choisir un plat parmi les 6 suivants.
Choisissez bien, c'est votre dernier ravitaillement !

Lesquels, parmi ces 6 plats, choisiriez-vous pour le reste de votre mission spatiale ? (1 choix parmi les 6)

☐ Lasagnes ☐ Boeuf-Carottes
☐ Paella ☐ Choucroute
☐ Couscous ☐ Ratatouille

Suivant

MonSondage.com

Nous contacter
Reprendre plus tard
Annuler et Sortir

Vous devez sélectionner un plat que vous allez manger de manière récurrente pendant une longue période.
Parmi les 6 plats suivant lequel êtes-vous le plus susceptible de choisir ?

☐ Lasagnes ☐ Boeuf-Carottes
☐ Paella ☐ Choucroute
☐ Couscous ☐ Ratatouille

Suivant

MÉTHODOLOGIE

Déroulement / procédure

Pré-étude

	Question sur l'attractivité de la situation	Question sur l'aspect ludique de la situation	Total
Narration Personnelle	4	13	17
Feedback Social	8	5	13
FeedBack Perso	11	9	20
Compétence Cognitive	-13	-13	-26
Compétence Proprioceptive	7	17	24
Narration épique	12	23	35

Résultats de la pré-étude

MÉTHODOLOGIE

Déroulement / procédure

Création des questions du sondage

- **3 parties de sondage** : socio-démographique / habitudes de consommations / habitudes alimentaires
- Différents types de questions (QCM, classements, questions ouvertes...)

Classez les facteurs les plus importants pour choisir vos produits frais ?

📌 Produit frais : légumes, fruits, viande, fromages, ...

Effectuez un double-clic ou glissez/déposez le/les élément(s) de la liste de gauche vers la liste de droite.

📌 Veuillez sélectionner 4 réponses maximum

Vos choix

Le prix

La provenance

La saison

Le label (BIO, AOP, ...)

Votre classement

Quels moyens de transports utilisez-vous au quotidien ?

📌 Cochez la ou les réponses

☐ Voiture personnelle

☐ Co-voiturage

☐ Vélo

☐ Transport en commun

☐ Deux roues personnel

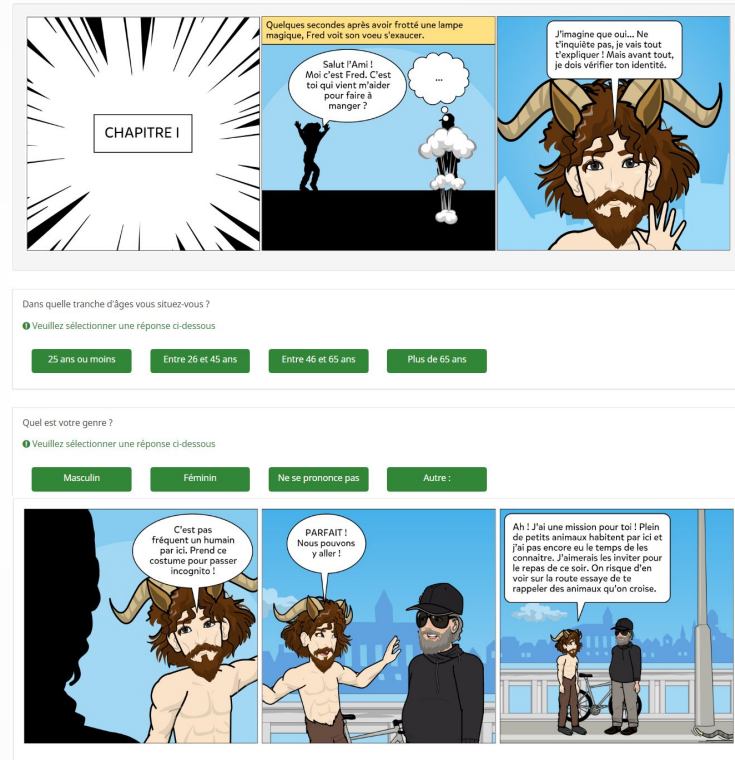
☐ Autre :

MÉTHODOLOGIE

Déroulement / procédure

Ludification des interfaces

Totalement-ludifié

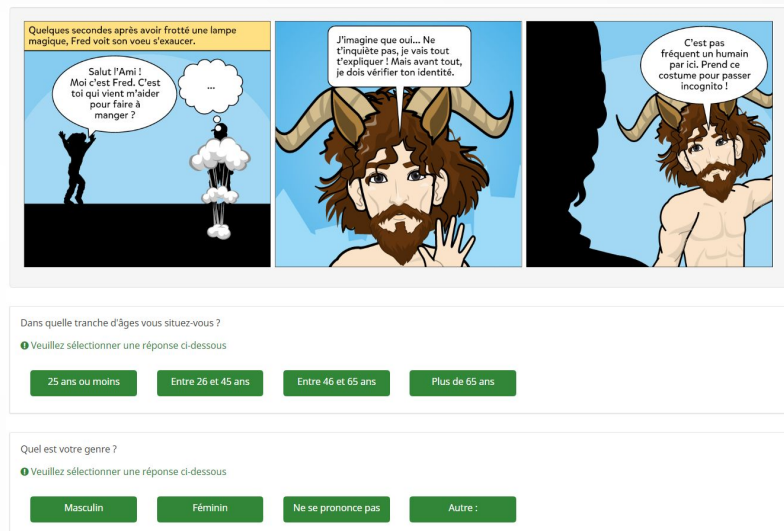


MÉTHODOLOGIE

Déroulement / procédure

Ludification des interfaces

Partiellement-ludifié



MÉTHODOLOGIE

Mesures post-enquêtes :

Question ouverte

"Vous avez terminé le questionnaire. Dites-nous ce que vous en avez pensé. Cette dernière étape porte sur votre ressenti vis-à-vis du sondage. Vous êtes libre de laisser un retour d'expérience, des conseils ou votre avis sur la forme des questions aux concepteurs du sondage."

C'est aussi un canal de communication entre le participant et le créateur du sondage.

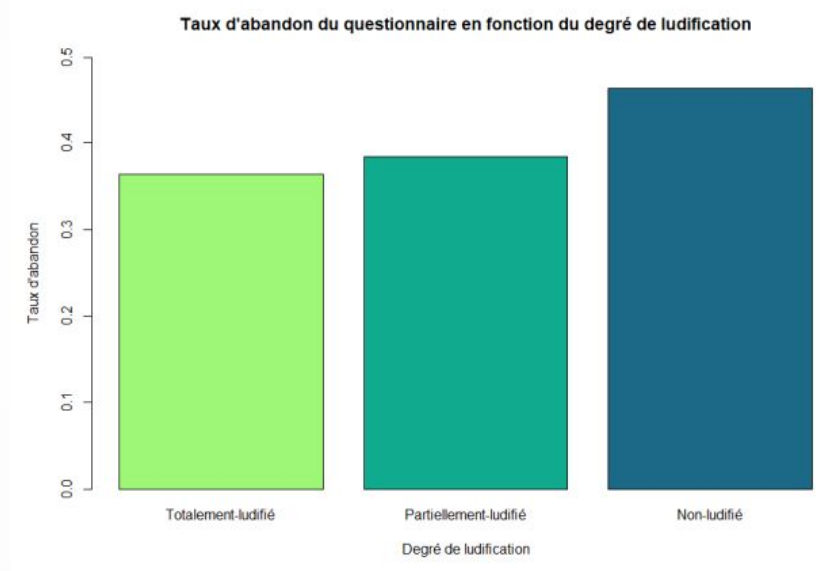
Questionnaire de satisfaction

	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Neutre	D'accord	Tout à fait d'accord
J'ai passé un moment agréable en répondant à ce questionnaire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finir ce questionnaire a été une contrainte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ce questionnaire était trop long.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je suis prêt à repasser un questionnaire comme celui-ci.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je me suis amusé en répondant à ce questionnaire.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

RÉSULTATS / DISCUSSION

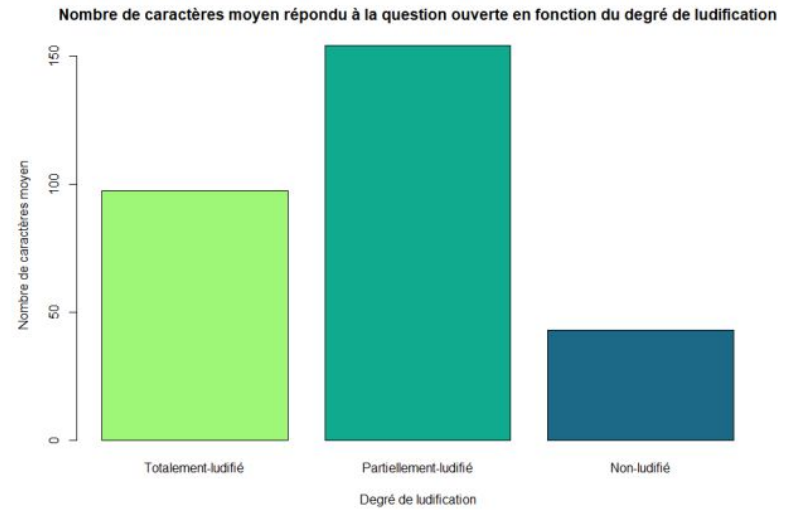
H1 : Taux d'abandon

C'est une mesure importante de l'efficacité des enquêtes en ligne. D'après Ganassali et Moscarola (2004).



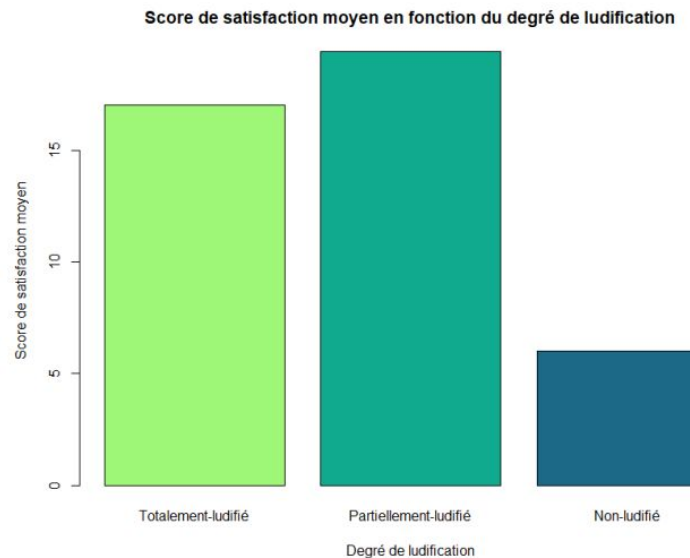
RÉSULTATS / DISCUSSION

H2 : Nombre de Caractères



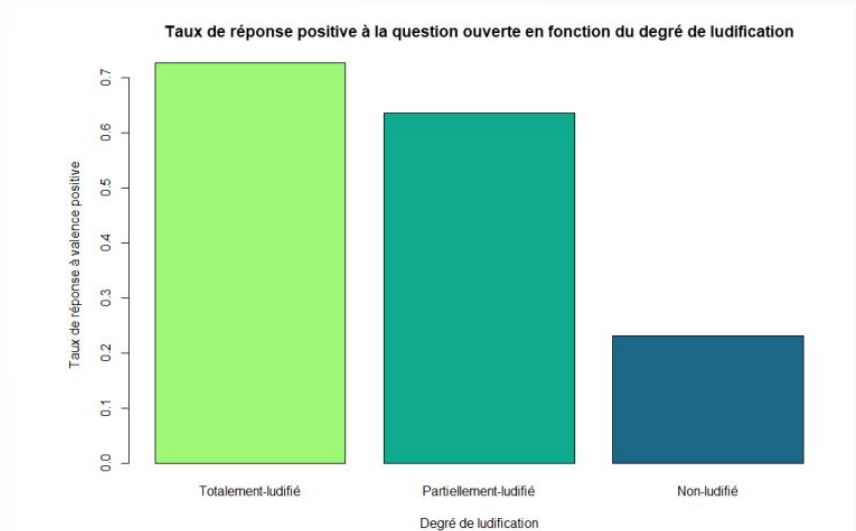
RÉSULTATS / DISCUSSION

H3 : Score de satisfaction



RÉSULTATS / DISCUSSION

H4 : Taux de réponse à valence positive



CONCLUSION

Ouverture

Quid de la fiabilité ? Les informations récoltées peuvent-elles être reproduites ?

Quid de la validité ? Les questions posées sont-elles les bonnes ?

Il existe différentes typologies de joueurs.
Comme par exemple celle de Marczewski.



Source : gamified.uk/user-types/

CLASSIFICATION DES OUTILS

Outils de narration

Narration à dimension personnelle : quotidien, situation réelle, ...



Jeanneret
(2017)

Narration à dimension épique : science-fiction, fantastique, ...

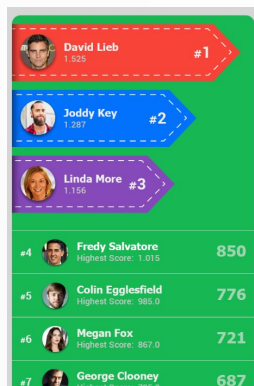


Chollet
(2022)

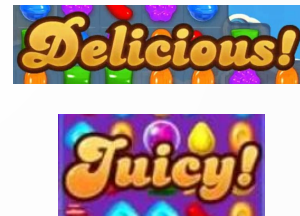
CLASSIFICATION DES OUTILS

Outils de Feedback

Feedback social :
Tableaux de score (leaderboard),
pourcentage de réponse, ...



Feedback personnel :
Gratifications (comme candy
crush), barre de progression, ...



CLASSIFICATION DES OUTILS

Outils utilisant une compétence

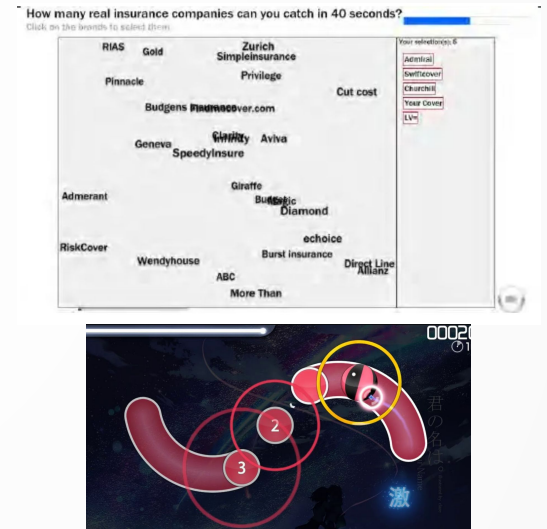
Compétence mentale : Mémorisation, recherche d'information, imagination, énumération, ...



Quels artistes de k-pop connaissez-vous ?

Essayez d'écrire autant d'artiste de k-pop que vous pouvez en 2 minutes.

Compétence proprioceptive : Pointer et cliquer, "mouse tracking", cliquer glisser, ...



RÉSULTATS DES TESTS D'ANOVA

Nombre de caractères

Tableau de résultat de l'ANOVA :

	Df	Sum Sq	Mean Sq	F value	Pr(>F)	
df_nb\$group	2	78399	39199	5.161	0.0121	*
Residuals	29	220268	7595			

Les valeurs suivent une loi normale.

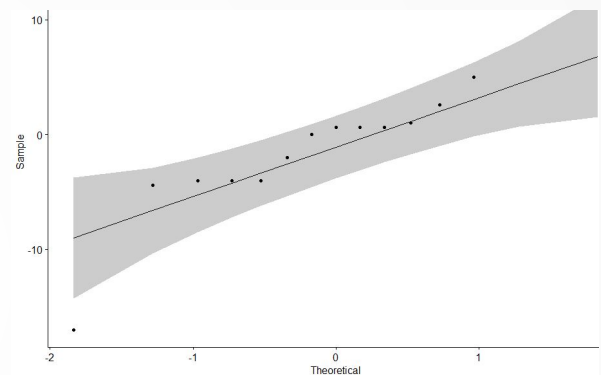


Tableau de résultat du test de Tukey :

term	group1	group2	null.value	estimate	conf.low	conf.high	p.adj	p.adj.signif
<chr>	<chr>	<chr>	<dbl>	<dbl>	<dbl>	<dbl>	<dbl>	<chr>
df_nb\$group	n1	p1	0	120.	27.6	212.	0.00883	**
df_nb\$group	n1	t1	0	59.5	-32.6	152.	0.264	ns
df_nb\$group	p1	t1	0	-60.2	-156.	36.1	0.286	ns

RÉSULTATS DES TESTS D'ANOVA

Score de satisfaction

Tableau de résultat de l'ANOVA :

	Df	Sum Sq	Mean Sq	F value	Pr(>F)
df_sc\$group	2	510.5	255.27	4.307	0.0389 *
Residuals	12	711.2	59.27		

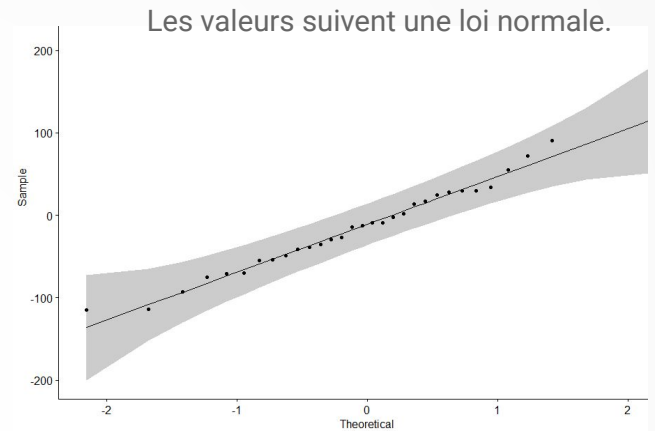


Tableau de résultat du test de Tukey :

term	group1	group2	null.value	estimate	conf.low	conf.high	p.adj	p.adj.signif
<chr>	<chr>	<chr>	<dbl>	<dbl>	<dbl>	<dbl>	<dbl>	<chr>
df_sc\$group	nl	pl	0	13.4	0.410	26.4	0.0431	*
df_sc\$group	nl	tl	0	11	-1.99	24.0	0.101	ns
df_sc\$group	pl	tl	0	-2.40	-15.4	10.6	0.876	ns