**Octalysis Tool**

Poussées cérébrales **droit** = les poussées cérébrales qui se concentrent sur la créativité, l'expression de soi et la dynamique sociale sont organisées sur le côté droit de l'octogone.

Poussées cérébrales **gauches** = les poussées cérébrales qui sont le plus souvent associées à la logique, à la pensée analytique et à la propriété sont représentées sur le côté gauche de l'octogone.

Les poussées cérébrales gauche ont tendance à s'appuyer sur la **motivation extrinsèque** - vous êtes motivé parce que vous voulez obtenir quelque chose, qu'il s'agisse d'un objectif, d'un bien ou de toute autre chose que vous ne pouvez pas obtenir. En revanche, les poussées cérébrales droit sont principalement associées à des motivations intrinsèques - vous n'avez pas besoin d'un objectif ou d'une récompense pour utiliser votre créativité, passer du temps avec vos amis ou ressentir le suspense de l'imprévisibilité - l'activité elle-même est gratifiante en soi.

1. **Sens et vocation d’épiques**

Le sens et la vocation d’épiques sont des motivations fondamentales qui font qu'un joueur croit qu'il fait quelque chose de plus grand que lui ou qu'il a été "choisi" pour faire quelque chose. Un joueur qui consacre beaucoup de temps à maintenir un forum ou à aider à créer des choses pour l'ensemble de la communauté (pensez à Wikipédia ou aux projets Open Source) en est un symptôme. Ce phénomène entre également en jeu lorsque quelqu'un a la "chance du débutant" - un effet où les gens croient qu'ils ont un certain type de don que les autres n'ont pas ou croient qu'ils ont été "chanceux" d'obtenir cette épée étonnante au tout début du jeu.

Narration : présenter une histoire qui fournit aux gens un contexte pour donner un sens plus élevé à leur interaction avec votre entreprise, votre produit ou votre site web.  
Élitisme : permettre à vos utilisateurs ou clients de former un groupe fier de son appartenance ethnique, de ses croyances ou de ses intérêts communs.  
Héros de l'humanité : intégrez une mission d'aide au monde dans vos offres.  
Sens supérieur : donnez aux utilisateurs l'impression que ce qu'ils font a un but plus important que leur simple intérêt personnel.  
Chance du débutant : donnez à un débutant beaucoup de chance pour quelque chose d'aléatoire afin qu'il ait l'impression d'être l'un des rares élus à agir.  
Déjeuner gratuit : offrir des cadeaux gratuits à des personnes sélectionnées afin qu'elles se sentent spéciales et qu'elles soient encouragées à passer à l'action.  
Destiny Child : donner aux utilisateurs l'impression qu'ils sont destinés/positionnés de manière unique pour faire quelque chose.  
Co-créateur : donner envie aux utilisateurs d'utiliser un produit en les faisant participer à sa création.

1. **Le développement et l'accomplissement**

Le développement et l'accomplissement sont le moteur interne qui permet de progresser, de développer des compétences et, finalement, de relever des défis. Le mot "défi" est ici très important, car un badge ou un trophée sans défi n'a aucune signification. Il s'agit également de l'élément central le plus facile à concevoir et, par coïncidence, c'est sur lui que se concentrent la plupart des PBL (points, badges, tableaux de classement).

Points : Ils permettent de suivre les progrès de l'utilisateur.

Badges : reflètent la réussite de l'utilisateur à l'aide d'un symbole.

Récompenses pour des actions fixes : conditionne les utilisateurs à s'attendre à une récompense chaque fois qu'une action souhaitée est effectuée.

Classement : classe les utilisateurs en fonction d'un ensemble de critères influencés par le comportement de l'utilisateur à l'égard des actions souhaitées.

Barre de progression : indique à quel point l'utilisateur est loin d'avoir "terminé" afin de le motiver à accomplir les actions souhaitées.

Listes de tâches : présente aux utilisateurs une liste de contrôle des éléments à accomplir.

Prix à gagner : offre un prix à l'utilisateur qui gagne.

High Five : fournit un retour d'information rapide et encourageant pour que les joueurs se sentent bien lorsqu'ils accomplissent une action souhaitée.

Couronnement : permet aux utilisateurs de concourir pour posséder quelque chose et de l'afficher visuellement à la vue de tous.

Symphonie de montée en niveau : joue une mélodie épique lorsqu'un joueur monte en niveau.

Effet d'Aura : permet aux joueurs d'effectuer des actions qui ont des effets positifs sur les autres joueurs autour d'eux.

Tutoriels pas à pas : pour s'assurer que les joueurs savent toujours ce qu'ils doivent faire.

Les combats de boss : ajoutent des défis difficiles à la fin des parcours.

L'effet Rockstar : donner aux utilisateurs l'impression que tout le monde meurt d'envie d'interagir avec eux.

Oasis du désert : n'afficher visuellement rien d'autre que l'action principale souhaitée.

1. **L'autonomisation de la créativité et du retour d'information**

L'autonomisation de la créativité et du retour d'information se produit lorsque les utilisateurs sont engagés dans un processus créatif au cours duquel ils doivent sans cesse trouver des solutions et essayer différentes combinaisons. Les gens ont non seulement besoin de moyens pour exprimer leur créativité, mais ils doivent aussi être en mesure de voir les résultats de leur créativité, de recevoir un retour d'information et de réagir à leur tour. C'est pourquoi jouer avec des Legos et peindre sont des activités amusantes en elles-mêmes et deviennent souvent des mécanismes permanents, pour lesquels un concepteur de jeu n'a plus besoin d'ajouter continuellement du contenu pour que l'activité reste fraîche et attrayante.

Objectif déverrouillable : crée des objectifs déverrouillables qui ouvrent des possibilités passionnantes qui n'existaient pas avant que l'objectif ne soit atteint.

Mécanique permanente : Mécanique qui permet une créativité presque infinie sans qu'il soit nécessaire de créer explicitement un nouveau contenu.

Choix significatifs : offrent à l'utilisateur une multitude de choix sur la manière d'atteindre le même objectif, où un choix n'est pas nécessairement meilleur qu'un autre.

Contrôle en temps réel : permet aux utilisateurs d'influencer les choses en temps réel afin qu'ils se sentent capables d'essayer de nouvelles choses.

Enchaînement de combos : permet aux utilisateurs d'expérimenter l'enchaînement de différents combos pour obtenir de nouveaux résultats.

Retour d'information instantané : donne aux joueurs un retour d'information instantané afin qu'ils puissent trouver de nouvelles solutions par eux-mêmes.

Boosters : donne à l'utilisateur quelque chose qui l'aide temporairement à atteindre plus efficacement le statut de vainqueur.

Remplissage en blanc : fournit la structure de la réponse mais permet aux utilisateurs de la compléter eux-mêmes.

Autonomie volontaire : donner aux utilisateurs la possibilité de "jouer" de manière plus autonome.

Perception de choix : donner aux utilisateurs une apparence de libre arbitre en leur offrant des choix, même si ces choix ne sont pas significatifs en fin de compte.

1. **Propriété**

Il s'agit de la motivation des utilisateurs qui ont l'impression de posséder quelque chose. Outre le fait qu'il s'agit de la principale motivation pour accumuler des richesses, cette motivation concerne de nombreux biens ou monnaies virtuels au sein des systèmes. En outre, si une personne passe beaucoup de temps à personnaliser son profil ou son avatar, elle se sent automatiquement plus propriétaire. Enfin, il s'agit également de l'élément central qui rend amusant le fait de collectionner des timbres ou des pièces de puzzle. Les décisions sont principalement fondées sur la logique et l'analyse, renforcées par le désir de possession comme principal facteur de motivation. Le pouvoir de la propriété et de la possession n'a pas seulement la capacité d'engager, il a aussi la capacité de réconforter et d'instiller un sentiment de bien-être.

Biens virtuels : fournir des objets numériques que les utilisateurs peuvent posséder.

Construire à partir de rien : au lieu de donner aux utilisateurs la configuration complète, les impliquer dans le processus de développement dès le début, par le biais d'objets qui peuvent être déverrouillés, ou qui ne sont pas du tout visibles au début.

Ensemble de collections : offrir aux utilisateurs des objets qui font partie d'un ensemble de collections suivant un certain thème.

Avatar : fournir un personnage numérique que les utilisateurs peuvent considérer comme leur représentation dans le jeu.

Déjeuner gagné : faire en sorte que les utilisateurs se sentent davantage propriétaires d'un objet parce qu'ils l'ont gagné.

Courbe d'apprentissage : veiller à ce que la quantité d'efforts nécessaires pour progresser dans le jeu augmente à un bon rythme.

Protection : demander à l'utilisateur de protéger quelque chose pour qu'il s'y sente attaché.

Recrutement : permettre aux joueurs de recruter d'autres personnages dans leur équipe afin qu'ils ressentent un attachement encore plus fort.

Surveillance : offrir aux utilisateurs quelque chose qu'ils peuvent surveiller en permanence ou à laquelle ils peuvent prêter attention.

Points échangeables : offrir aux utilisateurs un moyen d'utiliser leurs points stratégiquement et rarement accumulés pour obtenir d'autres objets de valeur.

L'effet Alfred : personnaliser un produit ou un service.

1. **L'influence sociale**

Cette motivation intègre tous les éléments sociaux qui motivent les gens, notamment : le mentorat, l'acceptation, les réponses sociales, la camaraderie, ainsi que la concurrence et l'envie. Lorsque vous voyez un ami qui est extraordinairement doué ou qui possède quelque chose d'extraordinaire, vous vous sentez poussé à atteindre le même niveau. Il s'agit également de la volonté de se rapprocher de personnes, de lieux ou d'événements auxquels on peut s'identifier. Si vous voyez un produit qui vous rappelle votre enfance, le sentiment de nostalgie augmentera probablement les chances que vous achetiez le produit. Ce moteur est relativement bien étudié, car de nombreuses entreprises accordent aujourd'hui une grande importance à l'optimisation de leurs stratégies sociales en ligne.

Invitation sociale : permet aux utilisateurs de s'ajouter les uns aux autres en tant qu'amis.

Trésor social : cadeaux ou prix qui ne peuvent être offerts que par des amis ou d'autres joueurs.

Swing Bump : crée un système où les utilisateurs sont encouragés à interagir les uns avec les autres à tour de rôle.

Quête de groupe : exige la participation du groupe avant qu'un individu puisse atteindre le statut de gagnant.

Vanter : offre à un utilisateur la possibilité de montrer implicitement ce qu'il a accompli.

Vantardise : offre à un utilisateur la possibilité d'exprimer explicitement ses réalisations et ses succès.

Water Cooler : créer un lieu, tel qu'un forum, où les gens peuvent discuter et tisser des liens entre eux et transmettre des normes sociales.

Économie de la reconnaissance : concevoir un système qui encourage les utilisateurs à donner continuellement et généreusement, de sorte qu'il y ait une pression sociale pour donner en retour d'une manière ou d'une autre.

Mentorat : permet à un membre expérimenté d'être jumelé à un nouveau membre.

Social Prod : permet aux utilisateurs d'effectuer une action à effort minimal pour créer une interaction sociale, telle qu'un poke ou autre.

Ancre de conformité : montre des graphiques d'utilisateurs comparant leur comportement à celui d'autres utilisateurs.

1. **Scarsité**

Il s'agit de la volonté de vouloir quelque chose parce qu'on ne peut pas l'avoir. De nombreux jeux ont une dynamique de rendez-vous (revenez 2 heures plus tard pour obtenir votre récompense) - le fait que les gens ne puissent pas obtenir quelque chose tout de suite les motive à y penser toute la journée. Il s'agit de l'élément moteur utilisé par Facebook à ses débuts : au début, il s'agissait uniquement d'Harvard. Il s'est ensuite ouvert à quelques autres écoles prestigieuses, puis à tous les établissements d'enseignement supérieur. Lorsqu'il s'est finalement ouvert à tout le monde, de nombreuses personnes ont voulu le rejoindre parce qu'elles n'avaient pas pu y accéder auparavant

Dynamique de la date : utiliser le temps comme déclencheur.

Intervalles fixes : faire des choses à intervalles fixes pour créer une anticipation.

L'effet d'entraînement : montrer régulièrement aux utilisateurs quelque chose qu'ils veulent mais qu'ils ne peuvent pas avoir.

Le rythme des récompenses : distribuer une petite partie d'une récompense à la fois.

Options de rythme : offrir aux joueurs de nouveaux choix à un rythme contrôlé.

Feedback patient : faire attendre l'utilisateur pour qu'il reçoive un feedback sur certaines de ses actions.

Compte à rebours : afficher visuellement le passage du temps vers un événement tangible.

Accélérateurs : ajout de commandes pour ralentir le rythme du joueur.

Les fossés : fournissent des états de réussite ou d'échec basés sur les compétences.

Juxtaposition ancrée : juxtaposer deux options : l'une qui coûte de l'argent, l'autre qui exige beaucoup d'efforts pour réaliser les actions souhaitées, au bénéfice du système.

Plafonds magnétiques : limite le nombre de fois qu'un utilisateur peut faire quelque chose, ce qui stimule une plus grande motivation à s'engager.

Dynamique de rendez-vous : utilise un calendrier préalablement établi ou récurrent dans lequel les utilisateurs doivent effectuer les actions souhaitées pour atteindre efficacement l'état gagnant.

Les pauses de torture : elles créent une pause soudaine et souvent déclenchée dans les actions souhaitées, ce qui amène les utilisateurs à penser au jeu toute la journée.

Interface utilisateur évolutive : commencez par une interface utilisateur de base lors de l'accueil et complexifiez-la au fur et à mesure que vous progressez vers la fin du jeu.

La dernière ligne droite : créer des situations où les utilisateurs sont si proches de l'objectif qu'ils se précipitent pour l'atteindre.

1. **Imprévisibilité**

Il s'agit d'une pulsion inoffensive qui consiste à vouloir savoir ce qui va se passer ensuite. Si vous ne savez pas ce qui va se passer, votre cerveau est sollicité et vous y pensez souvent. De nombreuses personnes regardent des films ou lisent des romans pour cette raison. Cependant, cette pulsion est également le principal facteur de l'addiction au jeu. En outre, cette pulsion est utilisée chaque fois qu'une entreprise organise un sweepstake ou un programme de loterie pour attirer les utilisateurs. Les expériences très controversées de la boîte de Skinner, où un animal appuie fréquemment et de manière irrationnelle sur un levier en raison de l'imprévisibilité des résultats, font exclusivement référence à la pulsion fondamentale d'imprévisibilité et de curiosité, bien que beaucoup l'aient interprétée à tort comme le moteur des points, des badges et des mécanismes de classement en général.

Choix lumineux : appliquez un objet superposé qui brille comme une étoile au milieu d'un environnement complexe.

Mini-quêtes : créer des activités simples pour impliquer les utilisateurs.

Récit visuel : utiliser des éléments visuels pour rendre une histoire plus significative et plus attrayante.

Œuf de Pâques : offrir une fonctionnalité, un niveau ou un bonus caché que l'on ne peut atteindre qu'en ne jouant pas de la manière "normale".

Récompenses aléatoires : offrir une récompense inconnue à l'issue d'une action.

Étonnement évident : encourager l'utilisateur à explorer quelque chose qui a toujours existé mais qu'il n'a jamais examiné.

Récompenses tournantes : offrir une récompense à gagner à chaque période.

Espièglerie : surprendre les utilisateurs par un dialogue ludique et/ou des réalisations.

Récompenses soudaines : offrir une récompense sur la base d'un déclencheur inattendu.

Effet Oracle : prédire un résultat pour un utilisateur de manière à ce que celui-ci puisse anticiper le fait qu'il se produise ou non.

1. **L'évitement**

Cette pulsion fondamentale est basée sur l'évitement de quelque chose de négatif. À petite échelle, il peut s'agir d'éviter de perdre un travail antérieur. À plus grande échelle, il peut s'agir d'éviter d'admettre que tout ce que vous avez fait jusqu'à présent était inutile parce que vous démissionnez. De même, les opportunités qui s'éloignent sont fortement utilisées par cet élément moteur, car les gens ont l'impression que s'ils n'agissent pas immédiatement, ils perdront à jamais l'occasion d'agir

Tragédie à fonds perdus : donner aux utilisateurs l'impression qu'ils se sont déjà tellement engagés dans quelque chose qu'ils ne peuvent plus le quitter.

Perte de progrès : faire en sorte que les utilisateurs perdent certains progrès lorsqu'ils échouent.

FOMO : faire craindre aux utilisateurs ce qu'ils pourraient perdre s'ils ne réalisent pas les actions souhaitées.

Opportunité évanescente : présenter une opportunité qui disparaîtra si l'utilisateur n'entreprend pas immédiatement l'action souhaitée.

Paresse du statu quo : développe des cycles d'activité très engageants qui permettent à l'utilisateur de transformer les actions souhaitées en habitudes.

Lettre écarlate : fait craindre aux utilisateurs de devenir le "perdant" de leur groupe.

Visual Grave : montre aux utilisateurs des graphiques stimulants lorsqu'ils ne parviennent pas à atteindre un état gagnant, puis ils se relèvent et essaient à nouveau.

Mélodie de pleurs : joue des mélodies tristes ou peu inspirantes lorsque les utilisateurs ne parviennent pas à atteindre le statut de vainqueur.

Héritage légitime : faire croire à l'utilisateur que quelque chose lui appartient de droit avant de le lui retirer éventuellement.