La Société Générale est une banque européenne de premier plan, fondée en 1864 sous le décret de Napoléon III. Avec plus de 119 000 collaborateurs, elle sert environ 26 millions de clients dans plus de 62 pays. Son objectif est de favoriser le développement économique en proposant une large gamme de services financiers adaptés aux entreprises, institutionnels et particuliers. La Société Générale investit massivement dans ses infrastructures technologiques pour soutenir ses opérations bancaires et améliorer l'expérience client. Son département IT joue un rôle crucial dans la transformation numérique et l'innovation au sein du Groupe.

Une **méta-analyse** est une méthode de recherche qui consiste à **rassembler et analyser les résultats de nombreuses études différentes** portant sur un même sujet.

Une étude empirique repose sur **l’observation, l’expérience ou la collecte de données concrètes** (expériences, enquêtes, tests, mesures, etc.).

Ce sont des **documents de référence** qui expliquent **comment mener une recherche ou une évaluation de façon rigoureuse** (quelles méthodes utiliser, quelles étapes suivre, quelles erreurs éviter).

Le **g de Hedges** est un **indice statistique** qui mesure la **taille de l’effet** dans une étude ou une méta-analyse.  
➡️ En gros, il indique **à quel point une intervention (par ex. un jeu éducatif) a un effet positif, négatif ou nul** par rapport à un groupe de comparaison.

C’est un modèle qui vient du domaine des **jeux vidéo multijoueurs**. Richard Bartle (1996) a identifié **4 types de joueurs** en fonction de leur motivation :

1. **Achievers** (les performeurs) → aiment atteindre des objectifs, gagner des points, réussir des quêtes.
2. **Explorers** (les explorateurs) → aiment découvrir le monde du jeu, expérimenter, tester des choses.
3. **Socializers** (les sociaux) → aiment interagir avec les autres joueurs, discuter, collaborer.
4. **Killers** (les compétiteurs) → aiment dominer les autres, la compétition et le duel.

L'étude révèle que la gamification suit un processus en trois étapes : l'ajout d'éléments motivationnels (points, badges, classements, niveaux, défis), la génération d'effets psychologiques (motivation, plaisir, attitude), et l'induction de changements comportementaux spécifiques.

Le flow est défini comme une expérience où la personne est totalement immergée dans son activité et y prend du plaisir avec une motivation intrinsèque. Le sens du temps disparaît, l'activité en elle-même devient une récompense. Afin de faciliter l’état de flow, il y a 4 stratégies d’autodétermination.

1. Auto-leadership : L’auto-leadership est un processus par lequel les individus s’influencent eux même afin d’atteindre l’auto-direction et l’auto-motivation nécessaires à la performance. Il repose sur l’utilisation de stratégies comportementales, des récompenses naturelles et des techniques de pensées constructives.

2. Restructuration de l'emploi (job crafting) : Les employés peuvent eux-mêmes changer la conception de leur emploi en choisissant les tâches et en négociant le contenu de l'emploi. Cela permet d'expérimenter une amélioration significative du sens du travail et d'augmenter l'ajustement personne-emploi.

3. Conception ludique du travail : Les gens ont une tendance naturelle à jouer, le jeu est intrinsèquement récompensant. L'esprit ludique consiste à encadrer ou recadrer une situation de manière à ressentir de l'amusement, de l'humour ou du divertissement. Par exemple, une personne ayant certaines tâches peu motivantes pourrait estimer le temps nécessaire pour chaque tâche et essayer de les finir en dessous du temps imparti, transformant ainsi le travail en défi ludique.

4. Utilisation des forces individuelles : Les forces individuelles sont les caractéristiques, traits et capacités qui, lorsqu’elles sont mobilisées, dynamisent la personne et lui permettent de donner le meilleur d’elle-même. Des exemples de forces sont la créativité, le courage, l'empathie et la gratitude.