

FORMAT-STORE



Outil de formation à la gestion d'un magasin et à la relation clientèle

Format-Store est un serious game (jeu sérieux) à destination des étudiants en école de commerce. Il vise à offrir une expérience immersive dans un contexte de formation à la gestion d'un magasin et à la relation clientèle.



Par le biais de son avatar (un vendeur), le joueur évolue dans un supermarché virtuel peuplé de clients autonomes cherchant à remplir leur panier d'articles

Les clients se repèrent en lisant les panneaux et les étiquettes des articles

Durant leur activité, ils sont sensibles à l'état du magasin qui influe sur leur niveau de satisfaction

Lorsqu'ils ont un problème ou s'ils ont besoin d'une information, ils dialoguent avec le vendeur

Lorsqu'ils ont terminé leurs courses, les clients font la queue en caisse, payent et sortent

Format-store met en avant une "Simulation multi-agents" des clients virtuels dans le magasin 3d

1) Clients intelligents

La sélection de l'action appliquée à la matrice permet aux clients virtuels d'exprimer des comportements réalistes adaptatifs, modulaires mais surtout variés.

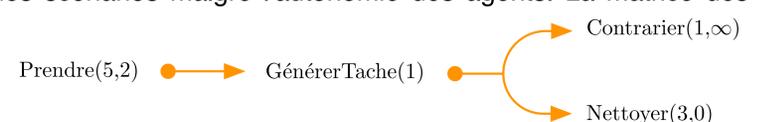


SOURCE \ CIBLE	∅	Vendeur	Client	Porte	Affichage	Caisse	FileAttente	Article	Tache	Carton
Vendeur			Dialoguer(1,0)					Ôter(5,0) Réapprovisionner(5,0)	Nettoyer(3,0)	Ranger(3,0)
Client	Errer(0) AllerVers(1)	Repérer(10,∞) Patienter(2,3)		Sortir(1,12)		Payer(5,10)	Entrer(2,7) SePlacer(1,8) Sortir(1,11)	Prendre(5,2)		
Porte	GénérerClient(1)		Informé(10,∞)							
Affichage			Informé(10,∞)							
Caisse			Informé(10,∞) Encaisser(2,0)							
FileAttente										
Article	Périmé(1) Épuiser(1) GénérerTache(1) GénérerCarton(1)		Informé(10,∞) Contrarier(1,∞) AvertirRupture(1,0)							
Tache			Contrarier(1,∞)							
Carton			Contrarier(1,∞)							

La matrice des interactions de la méthodologie IODA permet de décrire l'intégralité du comportement de tous les agents de la simulation à travers leurs interactions. Dans la vision IODA, toutes les entités de la simulation sont représentées par des agents, jouant un rôle passif et/ou actif.

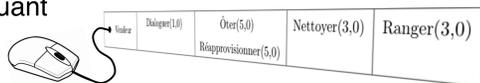
3) Scénarisation

La scénarisation est un aspect important pour le jeu. Cela consiste en l'intégration d'objets pédagogiques (des situations problèmes restituées sous forme de dialogues interactifs entre le vendeur et un client) et la possibilité de décrire des scénarios malgré l'autonomie des agents. La matrice des interactions représente un moyen efficace pour le concepteur de modéliser et de visualiser des séquences d'actions.



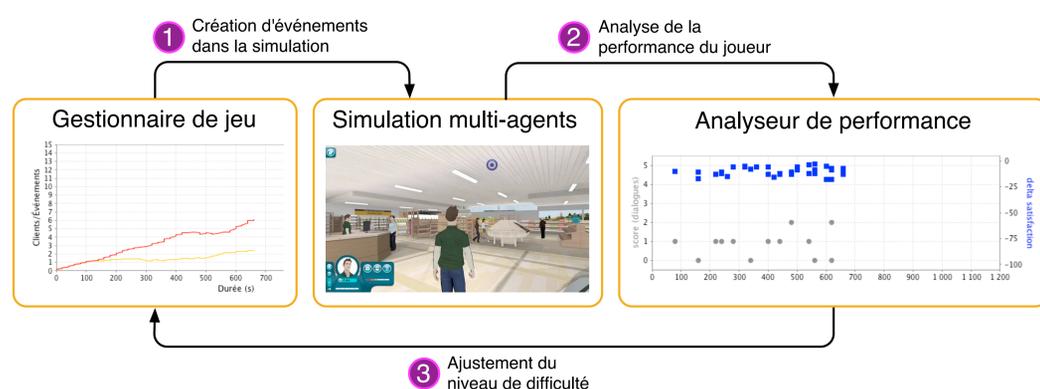
2) Simulation interactive

Le joueur est intégré dans le jeu par la possibilité de contrôler un agent de la simulation (ici un vendeur). Son rôle est non bloquant et aisément interchangeable.

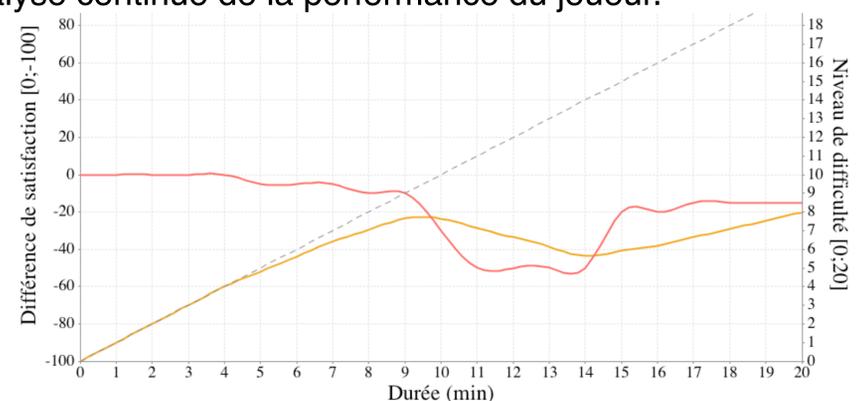


Le design du "Serious Game" consiste à prendre le contrôle de la simulation

Un gestionnaire du jeu "prend le contrôle" de la simulation en perturbant l'environnement et en analysant comment le joueur fait face. Pour cela, il s'appuie sur une analyse continue de la performance du joueur.



Le gestionnaire de jeu crée dans la simulation des événements (articles périmés, envoi de clients problématiques) que le joueur doit savoir gérer. Sa performance est évaluée par les clients virtuels eux-mêmes (leur niveau de satisfaction). La difficulté est ajustée, ce qui se traduit par une fréquence ou une intensité différentes des événements.



Durant toute la session de jeu (20 minutes), le niveau de satisfaction des clients virtuels qui sortent du magasin est surveillé (courbe rouge). Le niveau de difficulté (courbe orange) est ajusté pour éviter la frustration ou au contraire l'ennui du joueur. Dans cet exemple, au bout de 9 minutes de jeu, la chute de la performance du joueur est compensée par un retour à un niveau plus adapté. Quelques minutes plus tard, on observe que le joueur a « repris le contrôle » du jeu.