

Une page à remplir avant de lancer l'opération, une page de repères : les six étapes, dix formats possibles et la check-list de la soirée de clôture.

LE BRIEF À REMPLIR

Objectif de l'opération (un indicateur, un chiffre, une date)

Qui participe

Règles et paliers

Récompenses prévues

Budget : dotations, charges sociales, événement de clôture

Calendrier : lancement, point à mi-parcours, clôture

Indicateur mesuré avant, puis après

LES SIX ÉTAPES

Étape	Ce qu'il faut décider
1. Fixer un objectif mesurable	Un seul indicateur, chiffré et daté : un nombre de rendez-vous, un taux de satisfaction, un volume signé. Un incentive qui vise tout ne mesure rien.
2. Définir qui participe et selon quelles règles	Des règles écrites, connues dès le premier jour, avec des paliers atteignables. Si seuls les trois premiers gagnent, les autres décrochent à mi-parcours.
3. Chiffrer le budget, charges comprises	Au coût des récompenses s'ajoutent les cotisations sociales en interne, ou la contribution de 20 % pour un réseau de distribution. Ce poste se prévoit au départ.
4. Choisir une récompense qui se raconte	Une expérience partagée laisse plus de traces qu'un virement. Interrogez les équipes : ce qui motive des commerciaux ne motive pas forcément un service client.
5. Animer pendant toute la durée	Un classement intermédiaire chaque semaine, une relance à mi-parcours. Un challenge lancé puis oublié s'éteint en quinze jours.
6. Clore publiquement, puis mesurer	Une soirée ou une cérémonie pour annoncer les résultats, puis la comparaison de l'indicateur avant et après. C'est ce bilan qui finance l'édition suivante.

DIX FORMATS, ET L'OBJECTIF QUE CHACUN SERT

Format	À utiliser pour
Challenge commercial	Faire monter un indicateur précis sur une période courte
Voyage de récompense	Récompenser un résultat annuel, fidéliser les meilleurs
Soirée de remise des prix	Clore un challenge et rendre la reconnaissance publique
Team building	Souder une équipe nouvelle ou fusionnée
Séminaire au vert	Aligner les équipes sur une stratégie
Trophées internes	Valoriser des comportements, pas seulement des chiffres
Carte ou chèque cadeau	Récompenser vite, individuellement
Expérience à vivre	Marquer sans tout miser sur l'argent
Atelier bien-être	Remercier après une période de forte charge
Formation premium	Fidéliser par la montée en compétences

LA SOIRÉE DE CLÔTURE

- ☐ Annoncer la date de la soirée dès le lancement du challenge
- ☐ Préparer le classement final et le garder secret jusqu'au soir
- ☐ Prévoir une séquence de remise des prix de 15 minutes, pas davantage
- ☐ Faire remettre les trophées par la direction, nommément
- ☐ Installer une animation photo : les images servent à la communication interne
- ☐ Partager photos et classement dans la semaine qui suit
- ☐ Relever l'indicateur un mois après, et le comparer