



# Le confinement numérique : s'évader grâce à la communauté

Description du scénario et feuille de route

## Contexte de l'histoire

Une petite start-up écologique qui produit des shampoings et après-shampoings solides lutte pour survivre à l'ère du numérique. Son produit est excellent, mais sa présence en ligne est faible, l'engagement des clients est quasi inexistant et les ventes stagnent. Dans un dernier effort pour sauver l'entreprise, le PDG excentrique engage une équipe de jeunes consultants numériques (les joueurs) et les enferme dans le bureau avec un message : « Aidez-nous à créer une véritable communauté en ligne ou restez enfermés ici pour toujours. »

Destinée aux jeunes entrepreneurs, aux étudiants en marketing numérique et aux jeunes âgés de 16 à 29 ans, cette activité met les participants au défi de résoudre une série de tâches interconnectées liées à la création d'une communauté en ligne. Chaque étape débloque la suivante, les rapprochant ainsi de l'élaboration d'une stratégie efficace pour l'engagement numérique. Leur réussite ne se mesure pas seulement à leur capacité à s'échapper, mais aussi à leur capacité à démontrer qu'ils comprennent les fondements de l'image d'une marque et du marketing communautaire.



## Explication globale

Cette escape room emmène les participants à travers une série structurée d'énigmes scénarisées, chacune débloquent une nouvelle phase de connaissances et d'informations stratégiques liées au développement des communautés en ligne. Le scénario utilise des outils inspirés du monde réel : fausses analyses, maquettes de réseaux sociaux, prise de contact avec des influenceurs et cartographie des plateformes. Le jeu se déroule en plusieurs étapes : il s'agit d'abord de comprendre les points faibles de l'entreprise, puis de découvrir les meilleures pratiques en matière d'engagement numérique, et enfin d'appliquer ces connaissances en élaborant une mini-stratégie.

Chaque tâche fournit un mot de passe, un QR code ou un indice caché qui mène au défi suivant. Ce n'est que lorsque la stratégie finale répond aux attentes définies que l'équipe « gagne » l'approbation du PDG et « débloque » la sortie.

Chaque phase est validée par le maître du jeu (le personnage du PDG), qui vérifie si le groupe a réussi la tâche avant de fournir l'indice ou la ressource suivante.



## Feuille de route

### Phase A – Diagnostique : Où est-ce qu'on se trompe ?

#### Étape A.1 - Introduction et briefing

Avant de commencer l'activité, le Maître du Jeu doit donner une introduction claire et précise pour réduire les doutes et aider les participants à s'orienter eux-mêmes en ce qui concerne les concepts plus abstraits du jeu avec lesquels ils vont devoir travailler:

- Qu'est-ce qu'une communauté en ligne? Qu'est-ce qui est essentiel pour une entreprise durable?
- Aucun défi de ce jeu possède une réponse unique, il faudra faire preuve d'interprétation, discuter entre équipiers et agir comme une équipe;
- La logique du jeu suit une ligne directive: diagnostic > compréhension > solution.

Exemple d'introduction: " Dans ce jeu, vous travaillerez comme consultants informatiques pour une start-up en difficulté. Les défis n'ont pas de réponse unique – ce qui compte c'est la manière dont vous pensez, comment vous en discutez et la manière dont vous faites vos décisions ensemble. Le jeu suit la logique du diagnostic - compréhension - solution, alors ouvrez l'œil tant aux indices qu'au sens caché qu'ils peuvent avoir."



## Étape A.2 - Premier diagnostic

Les participants reçoivent une enveloppe scellée (ou un document imprimé) contenant une lettre dramatique du PDG décrivant la situation. La lettre donne le ton et présente la mission principale : sauver la marque en difficulté en créant une communauté en ligne forte.

Après avoir lu la lettre dramatique du PDG, les participants scannent le QR code en bas de la lettre. Le code renvoie vers un texte cryptique intitulé « Échos dans le briefing » qui dit :

« Tout ce que vous devez savoir vous a déjà été dit. Le lancement s'est bien passé. La mission est claire. Quel est le chiffre qui revient sans cesse ? »

Les participants doivent interpréter ce message en lien avec la lettre du PDG. La bonne réponse est un nombre à deux chiffres, dérivé d'éléments ou de schémas récurrents dans le message du PDG.

Pour débloquer la prochaine ressource, le rapport d'analyse des réseaux sociaux, les participants doivent fournir ce nombre au maître du jeu (Game master).

**Bonne réponse : « 00 » (Lien avec la lettre : « L'engagement est de zéro. Les ventes sont toutes aussi mauvaises. » → 0, 0)**

✅ Débloque : accès au rapport analytique (l'hôte du jeu le leur donne une fois l'énigme résolue) – « 1.2. Phase A - Faux rapport d'analyse »



### **Étape A.3 – Défi lié à l'analyse des données**

Les participants analysent un faux rapport de performance sur les réseaux sociaux : faibles taux d'engagement, inadéquation des plateformes, contenu sans stratégie claire. Un mot est formé à partir des premières lettres de chaque phrase, et ce mot est le mot de passe : « MissingTrust ».

✅ Débloque : un dossier sécurisé intitulé « Ce que disent nos clients » – « 2.1.

Phase B - Faux commentaires clients ».

## **Phase B – Découverte : Que veut la communauté ?**

### **Étape B.1 – Décodage des commentaires des clients**

Le dossier « commentaires » contient des cartes imprimées sur lesquelles figurent des commentaires publiés sur les réseaux sociaux. Certains expriment de la frustration, d'autres de la curiosité ou de l'enthousiasme. Chaque message semble indépendant, mais lorsqu'ils sont classés dans le bon ordre (de 1 à 6), la première lettre de chaque message révèle un mot caché : « Engagé ».

Les participants doivent :

- Lire attentivement et comparer le ton et les thèmes de chaque commentaire
- Reconnaître la structure sous-jacente de l'énigme
- Classer tous les messages dans le bon ordre
- Extraire la première lettre de chacun pour former le code

✅ Débloque : planche d'énigme – « À qui parlons-nous ? » - « 2.2. Phase B - Cartes de publics cibles et plateformes de réseaux sociaux »



## Étape B.2 – Enigme de correspondance des plateformes

Les participants résolvent un exercice d'association : groupes cibles (par exemple, étudiants soucieux de l'environnement, mères actives, amateurs de fitness) avec les plateformes sociales appropriées. Les bonnes réponses mènent à une enveloppe intitulée « De la part d'un influenceur... ».

### ✓ Correspondances logiques correctes :

| Groupe cible                                     | Plateforme |
|--------------------------------------------------|------------|
| Étudiants soucieux de l'environnement            | TikTok     |
| Mères actives                                    | Facebook   |
| Amateurs de fitness et de bien-être              | Instagram  |
| Bricoleurs et amateurs de décoration intérieure  | Pinterest  |
| Professionnels axés sur le développement durable | LinkedIn   |

### ✓ Débloque : un e-mail d'un influenceur avec un hashtag manquant –

« 2.3. Phase B - Message de l'influenceur avec hashtag manquant »

## Étape B.3 – Message de collaboration avec l'influenceur

Les participants reçoivent une lettre manuscrite d'un influenceur fictif. Le message est encourageant et reflète les valeurs de la marque, mais il manque un élément clé : le hashtag de conclusion.



Au bas du message se trouve un QR code qui, une fois scanné, mène à trois options de hashtags possibles. Un seul d'entre eux complète le message d'une manière qui correspond au ton et à la mission de l'influenceur.

Choix proposés : • #MiserSurLenthousiasme  
• #MiserSurLesRemises  
• #MiserSurLesValeurs (correct)

Les participants doivent réfléchir à l'intention de l'influenceur et sélectionner le hashtag correct. Lorsqu'ils donnent la bonne réponse au maître du jeu (PDG), ils reçoivent l'enveloppe finale.

✅ Débloque : Tâche finale – élaborer une stratégie communautaire – « 3.1. Phase C – Modèle de stratégie »

## Phase C – Création : La stratégie qui te libère

### Étape C.1 – Rédaction de la stratégie communautaire

À partir de toutes les informations recueillies précédemment, les participants élaborent un plan communautaire en ligne court comprenant :

- Le ou les publics cibles
- La ou les plateformes privilégiées
- Les types de contenu (éducatif, coulisses, contenu généré par les utilisateurs)
- Les mécanismes d'engagement (sondages, campagnes de commentaires, défis)
- Le ton à adopter et les valeurs de la marque
- Une approche de base pour les commentaires/réponses



Le maître du jeu fournit un modèle imprimé ou manuscrit pour guider cette étape. (Il est possible de l'écrire à l'avance sur un tableau, mais nous recommandons de le distribuer sur papier pour le garder caché jusqu'au début de cette phase.)

Les participants peuvent remplir un modèle imprimé ou résumer leurs réponses à voix haute. La créativité est la bienvenue, mais tous les domaines doivent être abordés clairement.

✅ Débloque : Stratégie de présentation au PDG

### **Étape C.2 – Approbation et évasion**

Le maître du jeu (jouant le rôle du PDG) vérifie que la stratégie répond à au moins 3 des 5 critères de réussite :

- Public cible clairement défini
- Plateformes pertinentes sélectionnées
- Idées d'engagement réalistes
- Reconnaissance des défis (par exemple, commentaires négatifs)
- Alignement stratégique avec les valeurs de la marque
- En cas de succès, le « PDG » annonce son approbation et fournit le code ou la clé pour déverrouiller la pièce.

✅ Le jeu se termine avec succès – les participants s'échappent.



## Phase D – Débrief et réflexion

Une séance de débriefing guidée permet aux participants de réfléchir aux points suivants :

- Les compétences clés qu'ils ont utilisées
- Les enseignements tirés en matière d'engagement, d'inclusion et de dynamique des communautés numériques
- Comment ils mettraient en pratique ces compétences dans le monde réel de l'entrepreneuriat

Les participants remplissent un formulaire de retours et discutent de la manière dont ils adapteraient la stratégie à un autre type de produit ou à un autre public.



**Cofinancé par  
l'Union européenne**

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication reflète uniquement les opinions de l'auteur, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations contenues dans ce document.

Code du projet : 2023-2-LT02-KA220-YOU-0001831156

Cette œuvre est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons. Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International. Pour consulter une copie de cette licence, rendez-vous sur <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>