



# NOUVEAU LOTO : POUR UN LANCEMENT REUSSI

CONCEPTION D'UN DISPOSITIF DE FORMATION  
POUR MOBILISER LES DÉTAILLANTS

## TÉMOIGNAGE

« La mobilisation du réseau a été cruciale pour réussir le lancement du nouveau LOTO®. Sur un projet à si fort enjeu, nous avons besoin d'un partenaire solide et capable d'imaginer un dispositif complet, simple à déployer et percutant.

Nous avons été séduits par l'offre proposée par Cegos en raison de la cohérence du dispositif et de la pédagogie adaptée aux spécificités de la population à former. Nos animateurs l'ont facilement prise en main avant de le déployer à travers toute la France et dans les DOM/TOM. »

Anne Gresser, Responsable de la Formation Réseau

40 ans après sa création, le LOTO®, 3<sup>e</sup> marque de La Française des Jeux (FDJ), reste le jeu historique et emblématique du groupe. FDJ a décidé de relancer le LOTO®/SUPER LOTO® afin de donner un nouveau souffle à son jeu phare en renforçant son attractivité et en renouant avec sa simplicité originelle.

Relancer l'offre avait pour objectif d'élargir le bassin LOTO® via la conquête de nouveaux joueurs et la réactivation d'abandonnistes. L'objectif était aussi d'augmenter la régularité de jeu des occasionnels, de conforter les pratiques des joueurs réguliers et enfin de renouer avec la croissance.

La réussite de ce lancement passait par la mobilisation du réseau de distribution qui commercialise les trois grandes offres de FDJ : grattage, tirage et paris sportifs FDJ. Cette mobilisation s'est faite au travers de conventions de formations réunissant les détaillants animées par la force de vente du groupe FDJ.

FDJ a fait confiance à Cegos afin d'accompagner ce lancement. Cegos a élaboré un dispositif complet d'animation de formation simple à déployer afin de permettre à la force de vente d'animer les conventions de formations.

Cegos a allié expertise pédagogique et multimédia (directeurs artistiques, vidéastes, agences spécialisées...) afin de concevoir et de réaliser le dispositif de formation. Il est constitué d'un kit multimédia ludique et premium, en format PowerPoint, mettant en avant les nouveautés du LOTO®, d'une mini-série (8 épisodes), de 2 vidéos motion design présentant les innovations et de vidéos compilant les spots publicitaires historiques de FDJ.

Ce dispositif d'animation de formation a été complété par :

- Un « TV Learn » à destination de la force de vente. C'est un module « Rich Media » intégrant les enjeux du lancement, un kit multimédia pour animer avec aisance et des conseils pour optimiser la formation dans chacune des régions.
- Une formation à distance pour les détaillants non présents aux conventions de formations. C'est un module e-learning accessible sur tablette en point de vente et animé par la force de vente.

Les équipes de Cegos ont veillé à la cohérence pédagogique et graphique du dispositif afin d'optimiser l'expérience apprenant.



## RÉSULTATS

- Une force de vente enthousiaste et sereine pour animer les conventions de formations.
- Une forte mobilisation du réseau :
  - 22 000 détaillants formés au nouveau LOTO®
  - Un lancement réussi avec un chiffre d'affaires en hausse +6,1%
  - 80,4% d'inscription au challenge soit 18 741 détaillants sur les 23 265 éligibles



## FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS

- Un dispositif « tout en un », facile à manipuler par des animateurs occasionnels.
- Une co-conception fructueuse avec les équipes FDJ (formation/marketing/commercial).
- Des livrables de qualité, intégralement produits en 2 mois, grâce à des prestataires adaptés et un pilotage efficace.
- Un dispositif intégrant les contraintes opérationnelles de tous les publics via des modules adaptés.