

Diagonales : Jusqu'où partager le succès ?

10-12-2009

Le ministère américain de la Défense a organisé le 5 décembre une étonnante chasse au trésor. Le jeu, doté d'un prix de 40 000 \$ au vainqueur, consistait à localiser le plus vite possible dix ballons météorologiques rouges dispersés aux quatre coins des Etats-Unis dans les endroits les plus insolites.

C'est le team du MIT qui l'a emporté, grâce à une méthode dite de la pyramide inversée. Au cours du mois de novembre, le MIT a encouragé les internautes à s'affilier par le web à son équipe, et à parrainer d'autres adhésions. Il a été annoncé que, sous réserve d'être inscrite, une personne qui communiquerait la première l'emplacement d'un ballon recevrait 2 000 \$. Son parrain, s'il existe, recevrait 1 000 \$. Au parrain du parrain, reviendraient 500 \$, et 250 \$ au parrain du parrain du parrain, etc., le solde des 40 000 \$ allant à une association de bienfaisance.

Si l'algorithme du MIT a devancé ses concurrents, c'est sans doute parce que, contrairement aux usages, il ne limitait pas le partage des gains au parrain de premier rang, mais l'étendait à l'ensemble des parrains. Peut-être y a-t-il un enseignement à tirer de cette expérience dans le domaine du marketing et de l'action commerciale ?

Jean-Jacques Salomon

jjsalomon@oomark.com

