

Pozytywnie „wkręcenii” – grywalizacja w pracy

Z ZAMIŁOWANIA DO RYWALIZACJI I ROZRYKI.

Grywalizacja to technika bazująca na przyjemności, jaka płynie z pokonywania coraz trudniejszych wyzwań – indywidualnych, jak i grupowych. Podstawę tego typu mechanizmów stanowi możliwość stawiania samemu sobie celów, które w następnej kolejności realizowane są za pośrednictwem zdobywanych punktów, odznak czy wirtualnych przedmiotów. Każdy system grywalizacyjny musi wystarczająco długo być atrakcyjnym dla użytkowników, jak i nie odstraszyć ich na samym początku. Z tego powodu, początkowo wyznaczone cele muszą być przystępne i proste do osiągnięcia. Natomiast skala trudności zdobywania kolejnych poziomów powinna proporcjonalnie wzrastać – tak, aby użytkownicy z każdym szczeblem potrzebowali na ich realizację większych nakładów czasu oraz pracy. Dobry system grywalizacyjny wyzwała wśród użytkowników motywację do działania – **pomaga uczyć się, osiągać cel, a co najważniejsze – nie poddawać się.**

Idee grywalizacji realizują się również na poziomie społecznościowym. Nie wystarczy jedynie szansa zdobywania odznak lub przedmiotów – kluczowe jest ich przeznaczenie. Dlatego tak istotna staje się możliwość ich kolekcjonowania, chwalenia się nimi wśród innych użytkowników, oraz - co często najważniejsze - wymiany na użyteczne bonusy. Aspekt rywalizacyjny uczestników odbywa się podczas porównywania przez nich ilości zdobytych punktów oraz śledzenia rankingów. Co ciekawe, systemy grywalizacyjne często wymagają od uczestników również **współpracy – tworzenia grup, przyznawania zadań i wyznaczania obszarów odpowiedzialności za**

kolejno zdobywane cele. Współpraca przy osiągnięciu wspólnego celu z czasem buduje rzeczywiste relacje oraz poprawia komunikację wewnątrz społeczności użytkowników systemu.

Poprawnie wykorzystywane mechanizmy grywalizacyjne pozwalają zaangażować ludzi do zajęć zgodnych z oczekiwaniami autora projektu, nawet jeśli są one powszechnie uznawane za nudne lub rutynowe. Niezbędną cechą funkcjonowania skutecznych systemów, opartych o zasady gier, jest ich dobrowolność. Nie można zmuszać ludzi do czegokolwiek – takie podejście automatycznie buduje negatywne nastawienie. Każdy człowiek oczekuje możliwości wyboru i zawsze powinien mieć opcję rezygnacji – tylko wtedy nie odczuwa przymusu.

Pozostaje pytanie - grasz, czy nie grasz?

Sukces grywalizacji niewątpliwie wynika z samej popularności gier komputerowych. I mało tu mówić o popularności współczesnych pozycji, typu *World of Warcraft*, przy której gracze łącznie spędzili do tej pory już ponad 6 milionów lat... Doskonałym przykładem potencjału, jaki tkwi w systemach motywacyjnych tego typu, była pierwsza na świecie gra elektroniczna *Pong* (1972r). Najzwyklejsze, dwie białe kreski na bokach ekranu, odbijające poruszający się między nimi mały piksel, w krótkim czasie zrobiły furorę na całym świecie. Jednak prawdziwy sukces *Ponga* (jak się okazało!) tkwił w jego nieśmiertelności – dziś, po upływie ponad 40 lat, gra wciąż cieszy się popularnością tysięcy użytkowników wielu platform społecznościowych.

Fakty jednoznacznie dowodzą skuteczności mechanizmów stosowanych w grach komputerowych, które współcześnie wykorzystywane są niemal w każdym aspekcie człowieczego bytu - **w pracy, edukacji, czy prozie życia codziennego.**

Jeden z ciekawszych pomysłów na zastosowanie idei grywalizacji miała firma *Ford*, która w tym celu posunęła się do dodania nowego elementu na desce rozdzielczej w modelu *Fusion*. Na skali obrotów silnika oznaczony został zakres ekologicznej jazdy samochodu oraz licznik, który na bieżąco pokazywał ilość zaoszczędzanych kilometrów. Pomysł przyniósł same korzyści – kierowcy zaczęli spalać mniejsze ilości benzyny, jednocześnie wpisując się w popularne dla XXI wieku trendy ekologiczne. Dodatkowo, użytkownicy samochodu, za pośrednictwem strony internetowej, mieli możliwość śledzenia swojego wyniku w dłuższym odstępie czasu. Kierowca, który zaoszczędził największą ilość paliwa w wyznaczonym czasie, zostawał dodatkowo nagrodzony przez producenta pojazdu wirtualną odznaką – pucharem dla najbardziej ekologicznego kierowcy.

Mechanizmy grywalizacyjne świetnie sprawdzają się w zakresie dedykowanych systemów IT, które z założenia mają przyspieszać standardowe procedury przedsiębiorstw oraz redukować koszty związane z zatrudnianiem zbędnego personelu. W świecie tabletów i laptopów wprowadzanie tego typu systemów staje się konieczne - aby po prostu nie zostać w tyle. „**W dzisiejszych czasach CRM to standard w każdej renomowanej firmie**” – mówi **Marcin Konopka z Berg System**. „Od samego początku warto wyposażyć system w mechanizmy grywalizacyjne. Takie rozwiązanie daje możliwość bardzo łatwego i szybkiego motywowania pracowników – szczególnie w pierwszym etapie nauki systemu” – dodaje pomysłodawca oraz twórca systemów dedykowanych dla branży MLM.

Nagradzanie personelu za wprowadzanie danej ilości umów, odwiedzanie i czytanie aktualności firmowych czy właściwe i regularne raportowanie swojej pracy, pozwala systematycznie oswajać się z systemem. Brzmi rozsądnie? A to dopiero początek...

Bardzo dobrym przykładem wykorzystania potęgi mechanizmów grywalizacyjnych było wprowadzenie systemu informatycznego *Berg* w jednej z największych krajowych firm MLM, działającej w obszarze finansowym – sprzedającej ubezpieczenia, fundusze, a nawet złoto w czystej postaci. W tym przypadku, już sam proces nauki systemu został przedstawiony w formie gry, która wymagała szybkiego powtarzania najbardziej pożytecznych czynności - niejako „na sucho” - jednak w atrakcyjny i zabawny sposób. Dzięki temu, przez pierwszy tydzień wdrażania systemu, żaden z pracowników nie narzekał na konieczność uczestnictwa w nużących szkoleniach – wszyscy uczyli się go z uśmiechem na ustach, bacznie śledząc wyniki innych.

Kluczowym punktem systemu stał się sprzedażowy ranking pracowników, przedstawiony zarówno w formie indywidualnej, jak i grupowej. Okazało się, że w tak dużym i prestiżowym przedsiębiorstwie **chęć do „nie bycia ostatnim”** była tak wielka, iż na przestrzeni kwartału, wyniki sprzedażowe całego przedsiębiorstwa wzrosły o prawie 30%.

Reasumując, wprowadzanie mechanizmów grywalizacyjnych do systemów IT przynosi same korzyści - **w szybkim czasie zwiększa sprzedaż, poprawia zaangażowanie pracowników oraz buduje pozytywne relacje między nimi.** Możliwość zamiany codziennych, rutynowo wykonywanych obowiązków na zachęcającą formę rozrywki pokazuje, że znane powiedzenie „biznes jest grą” w dzisiejszych czasach nabiera nowego – dosłownego, a nie tylko metaforycznego znaczenia.