

WEDŁUG GARTNERA

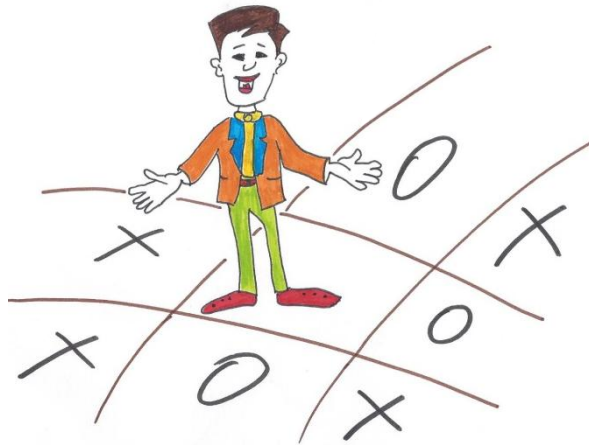
do końca 2014 r. 70% spośród największych firm świata będzie korzystać z wdrożeń grywalizacyjnych, a do końca 2015 r. 50% innowacji powstanie dzięki grywalizacji.

ponad 30% pracodawców zamierza wprowadzić co najmniej jeden program grywalizacyjny służący zdrowiu pracowników

66% pracodawców uważa, że grywalizacja jest efektywną metodą poprawy zdrowia pracowników

grywalizacja może prowadzić do wzrostu zaangażowania nawet o **150%**

Grywalizacja - nowoczesne narzędzie HR



Ostatecznie ręczy za tę osobę własnym słowem. Oczywiście, działa to również w drugą stronę – pracownik czuje się również odpowiedzialny przed osobą, którą poleca. Zatem proces rekrutacyjny powinien być możliwie transparentny, żeby zredukować obawy zatrudnionych przed możliwością utraty twarzy wobec znajomych i przyjaciół oraz ograniczyć możliwość spekulacji nt. uczciwości przeprowadzania całego procesu.

Nagradzane powinno być już samo przedstawienie interesującego dla firmy CV jakiejś osoby – można prowadzić ranking, przyznawać punkty wymienne na drobne przywileje itp. Osoby najskuteczniej przyczyniające się do zasilania szeregów personelu firmy przez cenne talenty warto nagradzać finansowo. Polecający powinni mieć również podgląd statusu aplikacji swojego kandydata, łącznie z informacją nt. odrzucenia.

Zarządzanie pracownikami

W tym wypadku grywalizacja znajduje szereg zastosowań mających na celu aktywizację zatrudnionych, zwiększenie ich zaangażowania i inicjatywy, zachęcenie do pogłębiania wiedzy i rozwijania umiejętności, czy – w końcu – pogłębienie ich związku z firmą.

Stopień zaangażowania w bezpośredni sposób przekłada się na wzrost u pracowników chęci budowania trwałych relacji pomiędzy sobą wzajemnie

Jednym z wdzięcznych obszarów do zastosowania grywalizacji w firmie, jest zarządzanie personelem. Zgamifikować można zarówno proces pozyskiwania talentów, zarządzanie pracownikami, jak i działalność pozafinansowych form wynagradzania i programami socjalnymi. Jak zatem z sukcesem wykorzystać narzędzie, które wspiera aktywizację, pogłębia zaangażowanie i umacnia związki z firmą?

Pozyskiwanie pracowników

Odpowiednie użycie mechanizmów znanych z gier pozwoli na wciągnięcie pracowników w proces pozyskiwania dla firmy talentów.

W swojej zwykłej postaci jest to proces zmuszony, ze względu na bardzo często długotrwały okres wyszukiwania osoby posiadającej niezbędne kompetencje. Poszukiwanie potencjalnych kandydatów wśród znajomych pracowników posiada te zalety, że – po pierwsze – może wydatnie skrócić czas poszukiwań i – po drugie – pracownik bardzo poważnie podejrze do kwestii polecenia kogoś.

i z firmą. Dzięki temu rośnie ich motywacja do działania. To z kolei wydatnie wspomaga osiągnięcie przez przedsiębiorstwo założonych celów biznesowych. Zadaniem grywalizacji jest tutaj stymulowanie motywacji ludzi i zachęcanie ich do przejawiania zachowań pożądanых przez pracodawcę, oraz do utrwalania tych zachowań. Element rywalizacji sprawia, że ludzie, starając się zdobyć jak najwyższą pozycję wśród współuczestników, są bardziej skłonni do współpracy. A jasne zasady punktowania zachęcają do wysiłku w celu osiągnięcia pożądanego – i z góry określonego – efektu (i nagrody).

Pozafinansowe formy wynagradzania i programy socjalne

Ważną częścią działań mających na celu przyciąganie i motywowanie pracowników jest zarządzanie pozafinansowymi formami wynagradzania. Pracodawca ma tu do wyboru szeroki wachlarz możliwości – od samochodów służbowych, poprzez umożliwianie pogłębiania wiedzy fachowej i zdobywania nowych umiejętności, oferowanie biletów na wydarzenia kulturalne, aż po oferowanie bezpłatnej opieki medycznej i karnetów na zajęcia sportowe.



PRZYKŁADOWE EFEKTY

- zgrywalizowane szkolenia są kończone szybciej o **25%**
- grywalizacja dzielenia się wiedzą zwiększa liczbę uzupełnień bazy danych o **40%**
- **55%** Amerykanów chciałoby pracować w firmie stosującej rozwiązania grywalizacyjne
- **85%** użytkowników smartfonów chętnie spędzą co najmniej 30 min. na grze, mając szansę wygrać 100 USD
- grywalizacja może prowadzić do wzrostu zaangażowania nawet o **150%**

Grywalizacja - nowoczesne narzędzie HR cd.

W tym przypadku gamifikacja procesów może służyć nakłonieniu pracowników do zadbania o zdrowie (poprzez np. wykonywanie corocznych badań, stosowanie zdrowej diety, zwiększanie aktywności fizycznej czy wykorzystanie technik relaksacyjnych). Można również w ten sposób promować i ułatwiać rozwój posiadanych i zdobywanie nowych umiejętności profesjonalnych. Zacieśnieniu więzi pomiędzy pracownikami mogą

służyć nie tylko imprezy integracyjne, ale także np. system wymiany wiedzy i informacji, pozwalający piąć się w górę w rankingu najaktywniejszych i najkompetentniejszych uczestników.

Jak widać, pomysłów jest sporo – a nie ma lepszej zachęty niż dodanie do obowiązków elementów rozrywki.

Ponad 80% osób zatrudnionych w firmach widniejących na liście „Fortune’s 100 Best Companies to Work For” określiło swoje środowisko pracy jako

ZABAWNE!

Wykorzystanie grywalizacji w celu zwiększenia zaangażowania pracowników

Czego potrzebuje pracownik, żeby jego poziom zaangażowania stale utrzymywał się na odpowiednio wysokim poziomie, a nawet – byłoby to rozwiązanie optymalne – ciągle rósł?

Oczywiście pierwszym warunkiem jest otrzymywanie przez zatrudnionych odpowiedniego wynagrodzenia za wykonywaną pracę. Płaca zbyt niska może sprawdzić się na krótką metę, szybko jednak wytworzy w pracowniku poczucie niesprawiedliwości, bycia niedocenionym i wykorzystywanym. Taki zatrudniony w najlepszym wypadku ograniczy się do poprawnego wykonywania swoich obowiązków. Jednakże pracodawca nie powinien spodziewać się po nim zaangażowania, inicjatywy lub innowacyjności.

Zakładamy jednak, że podstawowe potrzeby pracowników są zabezpieczone – pensja daje im poczucie sprawiedliwej zapłaty za czas poświęcony na pracę, otrzymywane pieniądze pozwalają im nie tylko na zaspokajanie podstawowych potrzeb, a oni sami nie czują się wykorzystywani. Jak zatem skłonić ich do zwiększenia zaangażowania? Kolejne podwyżki nie rozwiążą problemu na długo, ponieważ w pewnym momencie wynagrodzenie finansowe przestaje już być podstawową motywacją dla pracownika. To samo odnosi się do innych składników wynagrodzenia, tych pozafinansowych (pakiet socjalny, samochód służbowy itp.). Praca przestaje być dla zatrudnionych źródłem wyzwań i ciekawych sytuacji, a coraz częściej staje się rutyną, nudą i przyczyną frustracji. Rozwiązaniem staje się w tym momencie grywalizacja procesów w firmie.

Poddanie poszczególnych procesów w pracy, sprawia że całość zaczyna nosić znamiona zabawy. Już samo to sprawia, że ludzie chętniej angażują się w takie przedsięwzięcie. Zaspokaja ono bowiem ich potrzebę rozrywki – dotychczasowa ciężka harówka zmienia się w atrakcyjną aktywność, której gotowi są poświęcać swój czas, kreatywność i zaangażowanie.

Zasady rządzące grywalizacją procesów nie tylko sprawiają, że przedsięwzięcie staje się w oczach wykonawców atrakcyjniejsze. Udogodnienia, jakie oferują – feedback (informacja zwrotna nt. postępów), rankingi (budowanie i łatwe porównanie pozycji) oraz możliwość interakcji społecznościowych (zarówno rywalizacja, jak i współpraca) – służą rozwojowi pracownika: nakłaniają go do doksztalcania się, śledzenia pomysłów zastosowanych przez innych oraz poszukiwania i wdrażania swoich rozwiązań. Dzięki temu czuje się on ważny, wie, że jego pomysły się liczą, w łatwy sposób może śledzić postępy swoje i innych oraz określić, czego brakuje mu do osiągnięcia nagrody, ponieważ w tym systemie uznaniowość premii zostaje zmarginalizowana na rzecz przejrzystego i z góry określonego systemu doceniania dokonań.

Jest to zatem dla pracowników wsparcie w wykonywaniu ich zadań, a możliwość samodzielnego badania postępu sprawia, że zmniejsza się ryzyko wystąpienia poczucia niesprawiedliwej oceny. To działa motywująco i skłania do zwiększenia zaangażowania w wykonywane zadania.

JAK DZIAŁA GRYWALIZACJA?

1) Motywuje

Zmotywowani pracownicy chętniej angażują się w zadania, wkładają w pracę więcej starania a sukces zawodowy jest dla nich nagrodą.

2) Aktywizuje

Aktywni pracownicy to nie tylko większa produktywność. To również inicjatywa, wychodzenie poza określone ramy, poszukiwanie i wdrażanie usprawnień.

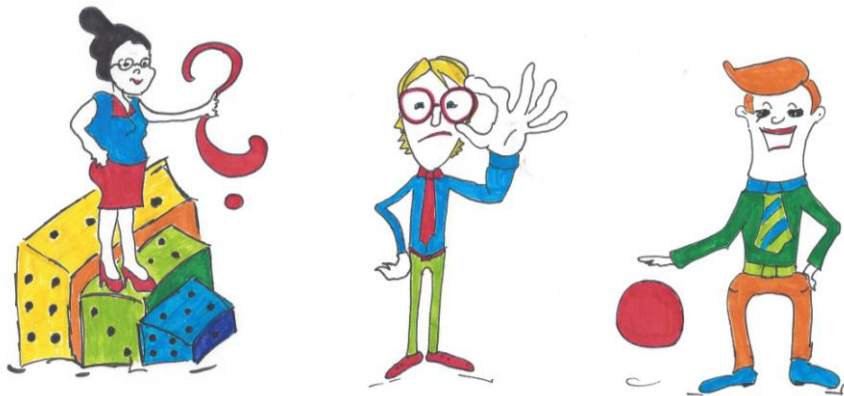
3) Lojalizuje

Lojalność to czynnik, który zmniejsza rotację pracowników i ryzyko przecieków do konkurencji.

4) Buduje

Rywalizacja i współpraca sprzyjają team buildingowi. Dodatkowo, grywalizacja wspiera budowanie grona ambasadorów firmy, także spośród pracowników. Ambasadorzy to najcenniejsi patroni każdej firmy.

W takiej sytuacji pracownik chętniej będzie rozwijać pożądaną przez pracodawcę umiejętność oraz wykształcać i utrwalać zachowania uznane za potrzebne. Z kolei zmiany takie, jako w pewnym sensie inicjowane przez samych uczestników „gry”, są niezwykle cenne, ponieważ nie potrzeba czasu ani starań ze strony pracodawcy na przekonywanie do nich pracowników. Od samego początku uważają oni takie zmiany i postępowanie za swoje i – jako takie – jest ono przyjmowane przez nich jak coś oczywistego i słusznego.



Osiem sposobów uatrakcyjnienia pracy wg prof. Werbacha

- Rozwiązywanie problemów** – ludzie zaprogramowani są na rywalizację, jednakże rutynowe i najczęściej pozbawione wyzwania zadania, jakie napotykamy w pracy, sprawiają, że postrzegają ją oni jako nudną. Sprostanie wyzwaniu, z kolei, samo w sobie jest już nagrodą.
- Odkrywanie** – potrzeba mierzenia się z wyzwaniami, często skłania do wypróbowywania nowych rzeczy i zmusza do opanowania nowych umiejętności, aby rozwiązać każdy problem. Poczucie odkrywania czegoś nowego jest nieodmiennie satysfakcjonującym doświadczeniem.
- Praca zespołowa** – ogromne platformy współczesnych gier, które skupiają wielu graczy, powinny być dla menedżerów wskazaniem, jak bardzo ludzie lubią współpracować nad rozwiązaniem problemu. Większość ludzi ma naturalne skłonności do współpracy, zatem należy ich do tego zachęcać wszelkimi dostępnymi środkami.
- Uznanie** – przeprowadzone kilka lat temu badania pokazały, że ludzie cenią uznanie i docenienie bardziej niż seks. Zwykle „dziękuję” może podnieść zaangażowanie pracownika nawet o 30%.
- Sukces** – w 2011 r. profesor Teresa Amabile z Harvard Business School wykazała w swojej książce „The Progress Principle”, jak istotne dla ludzi jest osiągnięcie sukcesu, lub choćby dokonywanie postępów, i jak bardzo ważne jest to dla ich poczucia zadowolenia zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym.
- Zaskoczenie i nowość** – specjaliści od związków powtarzają, że podstawą udanej relacji jest świeżość. Nowość jest uznawana za stałą właściwość otaczającego nas świata, ze względu na fakt szybko zachodzących zmian, jednakże wprowadzenie powiewu świeżości do życia zawodowego może okazać się kluczowe.
- Kreatywność** – jak często zdarza nam się wpaść w pracy na wspaniałą myśl? Prawdopodobnie kiedy myślimy o takich momentach, towarzyszy nam uczucie szczęścia. Wypróbowywanie nowych sposobów na odniesienie sukcesu w pracy jest tak samo ekscytujące, jak wykonywanie pracy, która stawia przed nami wyzwania.
- Dzielenie się wiedzą** – świadomość, że jest się uważanym za eksperta w danej dziedzinie działa na nasze ego jak balsam. Kultura zazdrosnego strzeżenia wiedzy i traktowania jej jako przewagi w wyścigu powoli zanika, dlatego też powinniśmy dzielić się nią wewnątrz grupy. Istnieje wiele narzędzi ułatwiających współpracę, które jednocześnie zachęcają do wewnętrznej wymiany wiedzy. Jest szansa, że nasza organizacja posiada już takie narzędzie, należy zatem zacząć korzystać z niego.



GRYWALIZACJA W HR

Wybrane zastosowania:

- rekrutacja i pozyskiwanie talentów
- zatrzymywanie pracowników
- zwiększanie motywacji i zaangażowania
- podnoszenie kwalifikacji
- wsparcie procedur i kultury korporacyjnej
- budowanie reputacji pożądanego pracodawcy

Wybrane korzyści

- zwiększenie zaangażowania
- motywacja
- możliwość skutecznego oduczania zachowań niepożądanych i utwalania postaw pożądanых
- zmniejszenie rotacji personelu
- przyciąganie i zatrzymywanie talentów
- wspieranie zmian
- wzmacnianie lojalności
- (samo)rozwój pracowników
- poprawa jakości pracy
- wzrost efektywności
- efektywniejsze wykorzystanie czasu
- redukcja kosztów

Odkładanie spraw na później kosztuje firmę dodatkowe pieniądze

Każdy z nas od czasu do czasu odkłada sprawy wymagające pilnej realizacji na później. Niektórzy z nas jednak potrafią robić to dużo częściej niż od czasu do czasu. Ta nadmierna częstotliwość prokrastynacji sprawia, że można w ich przypadku mówić o realnym występowaniu problemu. W przypadku prokrastynacji pracowników, należy brać pod uwagę liczbę dodatkowych kosztów, jakie ponoszą zatrudniające ich organizacje. Prokrastynacja kosztuje firmy dodatkowe pieniądze, czas i energię, które mogłyby zostać wykorzystane na wiele innych, bardziej wymagających zaangażowania celów. Jak zatem zidentyfikować prokrastynację wśród naszych pracowników i w jaki sposób następnie dążyć do jej wyeliminowania? Jakie są cechy charakterystyczne prokrastynatorów?

Jedną z podstawowych oznak prokrastynacji jest czekanie aż do ostatniej chwili, aby wykonać powierzone danej osobie zadanie. Zlecona praca nie jest wykonywana od razu, tak jak to się dzieje w przypadku osób u których omawiany syndrom nie występuje, ale z dużym, czasem nawet wielotygodniowym opóźnieniem. Innymi objawami prokrastynacyjnymi jest unikanie odpowiedzialności za realizację powierzonego zadania. Przykładem takiego zachowania może być nagłe chorowanie pracowników, którzy próbują poprzez niechodzenie do pracy uniknąć trudnego lub mało przyjemnego zadania, jakie przed nimi wyznaczono. Kolejnymi przykładami są unikanie podejmowania decyzji lub konfrontacji, obwinianie innych pracowników o hipotetyczny brak możliwości zrealizowania zadania, lub wynajdywanie wielu innych zadań, które sprawią, że osoba odpowiedzialna za zadanie staje się zbyt zajęta aby je wykonać.

Prokrastynacja, oprócz wywoływania poirytowania w przełożonych i zleceniodawcach, prowadzi może do poczucia winy, depresji i zmniejszenia poczucia własnej wartości u osoby z tym syndromem. W ostateczności jest czynnikiem, który hamuje sukces i powodzenie danej sprawy.

Powodów, dla których odkładamy realizację spraw na później jest wiele. Zadanie, które zostało nam zlecone może nie być dla nas interesujące, być przytłaczające albo zbyt trudne do wykonania. Hamować przed jego wykonaniem może nasz perfekcjonizm lub brak wiedzy na temat tego, jak się za nie zabrać. Innym czynnikiem zniechęcającym nas przed jego wykonaniem może być zarówno strach przed porażką, lub strach przed sukcesem. Kolejnym powodem może być stawianie oporu przed osobą, która zleciła nam zadanie. Jeszcze inny inhibitor to złe warunki do wykonania zadania lub brak odpowiednich predyspozycji fizycznych, jak chroniczne zmęczenie. Jeśli jednak uogólnić wszystkie wymienione powody do jednego słowa, to strach jest tą główną przyczyną, która nas ogranicza.

Istnieją strategie i sposób zarządzania sobą, pozwalające zmniejszyć prokrastynację. Kluczem do rozwiązania problemu jest zmiana starych sposobów myślenia na bardziej produktywnie i pozytywne. Neil Fiore sugeruje zmianę fraz myślowych:

„Muszę“	na	„Chciałbym“ albo „Chcę“
„To zadanie mnie przytłacza“	na	„Od kiedy mogę zacząć“
„Muszę to zrobić dobrze“	na	„Zrobię to dobrze“
„Nie mam czasu na relaks“	na	„Ważne bym mógł odpocząć przez godzinę“
„Życie i praca są ciężkie“	na	„Życie i praca to zabawa“



DOBRE
SKONSTRUOWANY
PROGRAM
GRYWALIZACYJNY

nie bazuje na jednym poziomie potrzeb piramidy Maslowa, ponieważ wiadomo, że ludzie szybko się nudzą i potrzebują zmian. Dlatego należy odwoływać się do wszystkich czterech ponadpodstawowych stopni piramidy, naturalnie dobierając proporcje w zależności od odbiorców, do których program jest kierowany i celów, jakie twórca chce osiągnąć.

Siedem porad jak sprawić, by pracownicy zaakceptowali system grywalizacyjny

1. **Wyznaczenie lidera procesu** – będącego managerem, który narzuci odpowiedni, dostosowany do pracowników i kultury organizacyjnej ton programu. Lider procesu ma być także jego „twarzą”, towarzyszącą użytkownikom systemu w początkowych krokach jego obsługi. Funkcja lidera procesu polega na dostosowaniu systemu grywalizacyjnego do sił pracowniczych firmy oraz aspiracji, motywujących twórców systemu do jego opracowania.
2. **Personalizacja doświadczenia użytkownika systemu** – do konkretnych potrzeb biznesowych i kulturalnych firmy. Jeśli nie zostanie to zrobione, istnieje ryzyko powstania nieraz długotrwałej i rozciągającej się w czasie walki adaptacyjnej podwładnych. Uczestnictwo w programie grywalizacyjnym, procesy udostępniania, przyznawania adekwatnych odznak czy nagród podlegają silnym zmianom zależnym od zmiennych geograficznych, przedziałów wiekowych i dziedziny gospodarki, w której działa firma.
3. **Rejestracja nowego użytkownika była tak łatwa i prosta, jak to możliwe** – dzięki temu zwiększa się prawdopodobieństwo szybkiego i sprawnego pozyskania nowych użytkowników systemu grywalizacyjnego. Zaproszenia do uczestnictwa powinny mieć zachęcającą i intrygującą postać (film wideo, niestandardowy e-mail).
4. **Tajemnica** - nie należy wyjaśniać od samego początku wszystkich szczegółów gry. To sprawi, że ciekawość pracowników wzrośnie i zwiększy się ich chęć wzięcia udziału w projekcie.
5. **Mniej powiadomień mailowych** – zbyt wielka ich liczba może doprowadzić do wzrostu irytacji wśród i tak zapracowanych użytkowników systemu, którzy w czasie wolnym zapewne pragną także odpocząć od pracy i nie zaprzętać sobie bezustannie głowy związanymi z nią sprawami.
6. **Metoda małych kroków** – należy unikać pokusy, by mierzyć zbyt wysoko już na samym początku, ponieważ może to doprowadzić do licznych błędów, które wynikną podczas realizacji projektu. Przed wyznaczeniem i przystąpieniem do realizacji większych celów konieczne trzeba przeanalizować dotychczasowe porażki i wyciągnąć z nich odpowiednie wnioski.
7. **Feedback** – otwartość na informację zwrotną od użytkowników umożliwi w przyszłości stworzenie najciekawszego doświadczenia grywalizacyjnego z możliwych.



Zaangażowani pracownicy są wydajniejsi o blisko 30%, a zatrudniające ich firmy odnotowały na przestrzeni ubiegłych pięciu lat przychody o blisko 15% wyższe niż konkurencja z mniej zaangażowaną załogą.



Wyniki naszych sondaży

ENTERPRISE GAMIFICATION
SP. Z O. O.

Lider w obszarze grywalizacji biznesowej w Polsce, oferujący skuteczne rozwiązania motywujące, aktywizujące, rozwojowe i lojalnościowe dla korporacji poprzez wdrażanie profesjonalnych programów grywalizacyjnych.

Właściciel pierwszego w Polsce centrum informacyjnego Grywalizacja24.pl - poświęconego zastosowaniu gamifikacji w biznesie, stanowiącego kopalnię wiedzy i najświeższych informacji z branży - najciekawsze case studies, wiadomości z grywalizacyjnego świata, warte uwagi wydarzenia w Polsce i na świecie czy raporty poświęcone grywalizacji.

KONTAKT:

Enterprise Gamification
ul. Konstancińska 2
02-942 Warszawa

www.grywalizacja24.pl

grywalizacja@grywalizacja24.pl

Twitter:
[@grywalizacja24](https://twitter.com/grywalizacja24)

FB:
[grywalizacja24](https://www.facebook.com/grywalizacja24)

Pinterest:
<http://pinterest.com/grywalizacja/>

GAMIFY WITH US!

Skorzystaj z przywilejów dla członków



ZAREJESTRUJ
SIĘ

grywalizacja24.pl

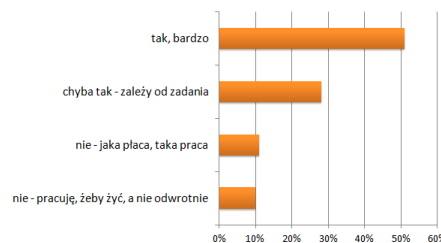
pierwszy polski portal o grywalizacji biznesowej

Prowadzone przez portal Grywalizacja24.pl badania sondażowe po raz kolejny powinny dać do myślenia menadżerom, zarówno tym, którzy dopiero zaczynają szukać przyczyn braku zaangażowania swoich podwładnych, jak i tym, którzy poszukują skutecznych rozwiązań.

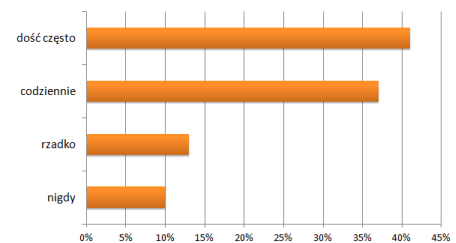
Prezentacja wyników naszych sondaży:

Pierwsze z omawianych badań dotyczyło samooceny zaangażowania pracowniczego. Blisko połowa badanych zadeklarowała różny stopień zaangażowania lub fakt, że ich zaangażowanie zależało od rozmaitych uwarunkowań.

Czy jesteś zaangażowanym pracownikiem?



Czy bywasz świadkiem nieuczciwej „gry” w pracy?



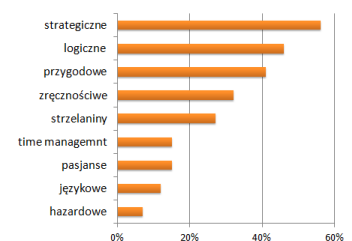
Brak motywacji i/lub zaangażowania może nierzadko wynikać z atmosfery w miejscu pracy, szczególnie z niezdrowej i nieuczciwej rywalizacji – ponad 70% respondentów przyznało, że codziennie lub dość często jest świadkami nieuczciwej „gry” w miejscu pracy.

Dodatkowo, ok. ¼ badanych nie może powiedzieć z pełną stanowczością, że ich praca stanowi dla nich źródło rozwoju.

Czy Twoja praca Cię rozwija?



Jakiego typu gry komputerowe lubisz najbardziej? (maks. trzy odpowiedzi)



Ciekawe wyniki pokazała sonda dotycząca ulubionych gatunków gier komputerowych. Wbrew stereotypom nie są to ani „bezmysłne” strzelaniny, ani gry zręcznościowe, ani słynny już pasjans. Większość badanych wskazała przede wszystkim na gry strategiczne, logiczne i przygodowe. To dobra wiadomość dla osób rozważających wprowadzenie rozwiązań grywalizacyjnych, ponieważ tacy użytkownicy grają nie tylko dla zabicia czasu, ale również po to, aby zdobyć nowe umiejętności, nauczyć się rozwiązywania problemów i utrwalić zdobytą już wiedzę, a dodatkowo są wytrwali, konsekwentni i nie poddają się łatwo.