

Gamificação na prática para pequenas empresas

Um caminho claro e simples para você entender e aplicar a gamificação em seu negócio.



Gamificação na prática para pequenas empresas

Um caminho claro e simples para você entender e aplicar a gamificação em seu negócio.



Reconhecer e definir o problema é o primeiro passo para resolvê-lo.



Conhecer **muito bem** quem vai participar é **parte crucial** de sua estratégia.



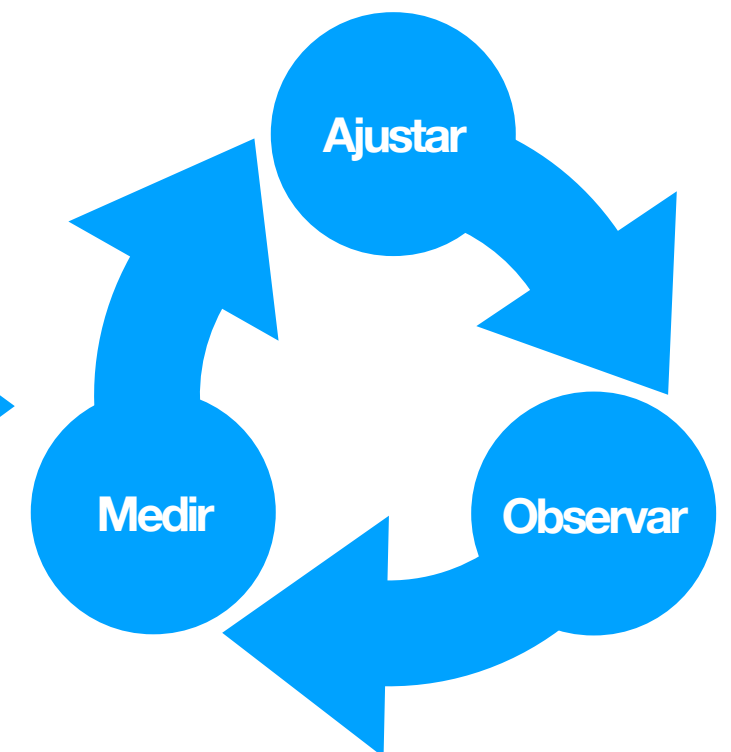
É importante se saber **onde está** para poder **enxergar** onde se quer ir.



Escolher os elementos depende **exclusivamente** de conhecer bem seu público.



As regras precisam ser **simples** e **transparentes** para todos.



Problema

Reconhecer e definir o problema é o primeiro passo para resolvê-lo



Antes é preciso deixar claro que a gamificação ajuda a resolver problemas de **engajamento**, não de negócio.

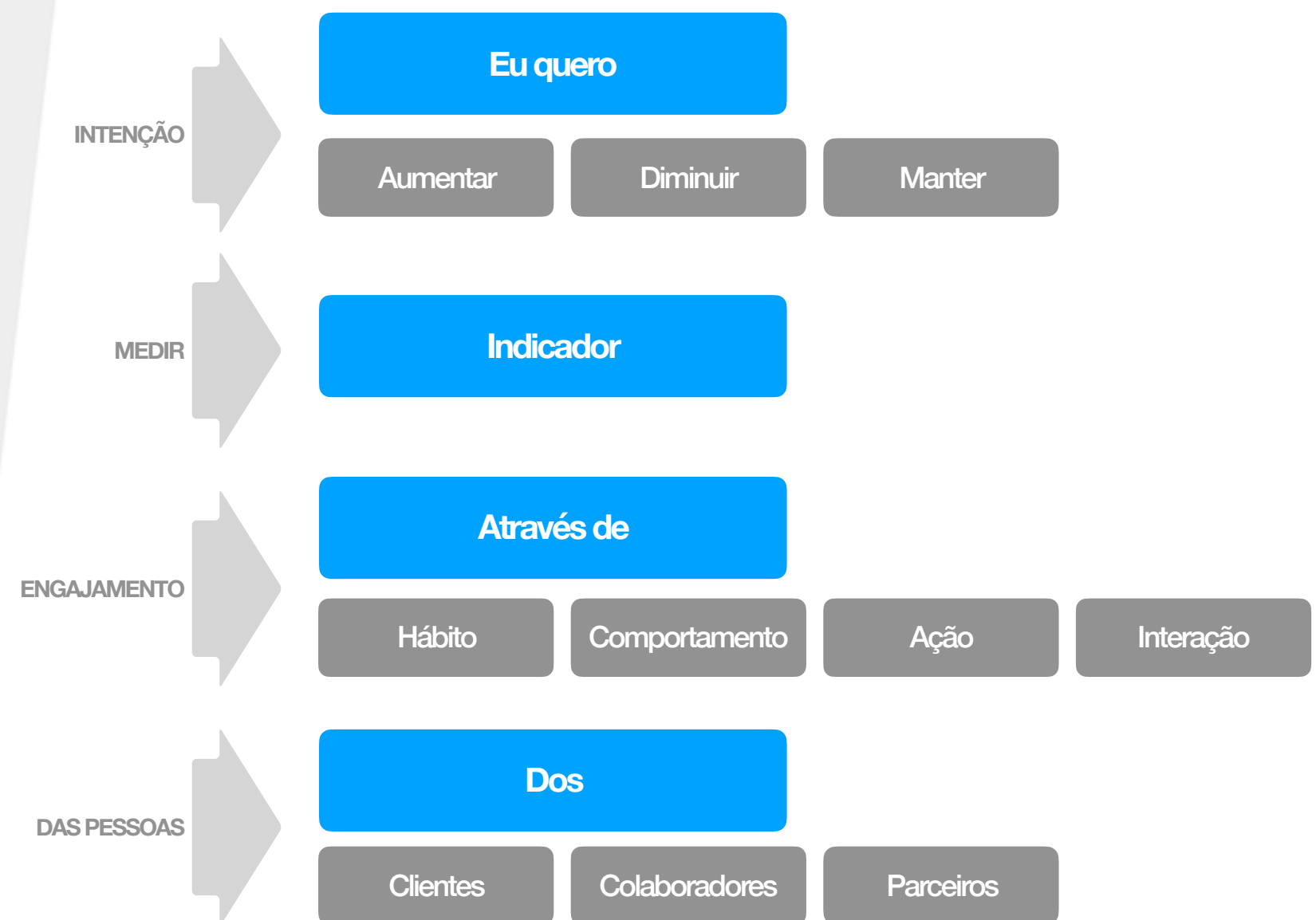
Se seus consumidores não enxergam **nenhuma utilidade** em seu produto ou serviço, dificilmente a gamificação vai mudar este cenário.

Ou ainda se os seus colaboradores estão **desmotivados** por salário, pela gestão ou qualquer outro motivo que não envolva engajamento, a gamificação provavelmente não vai resolver esse problema.

Analise bem a situação, aborde **um único aspecto** e defina o problema onde o engajamento das pessoas – colaboradores ou clientes – será um **diferencial** na operação.

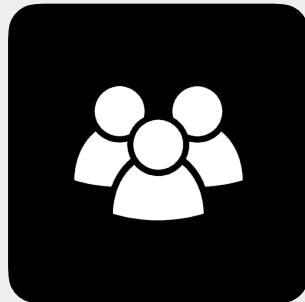
A dica aqui é ser **simples e bem específico** na definição. Se necessário, transforme um grande problema em vários menores e comece testando somente um deles.

Utilize o esquema ao lado para ajudar a formular seu problema.



Jogadores

Conhecer muito bem quem vai participar é parte crucial de sua estratégia.



Diferentemente de um game onde a jornada é idealizada pelos criadores e os jogadores aceitam ou não participar dela, na gamificação a jornada dos seus colaboradores já está **estabelecida** pelo seu negócio.

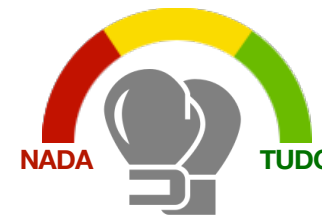
O que você precisa é transformar esta jornada em algo mais **prazeroso** e **divertido**.

Para isto você precisa entender os **hábitos** e **comportamentos** das pessoas envolvidas no processo para saber como motivá-las da forma mais apropriada.

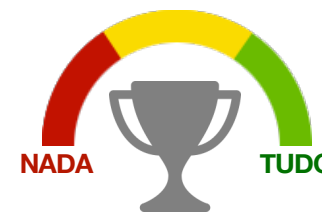
Converse com seus colaboradores, envie **pesquisas** para os clientes, busque **dados** no mercado, na internet... o importante é ter alguma base para traçar o perfil de seu público.

Com as informações que conseguir, dê uma olhada aqui ao lado e tente enxergar melhor como é o seu "jogador".

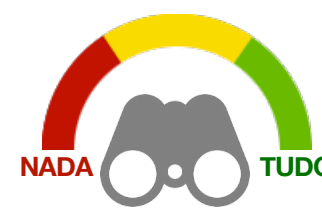
Imagine estas frases sendo ditas pelos seus jogadores e veja se elas tem **nada** ou **tudo** a ver com ele.



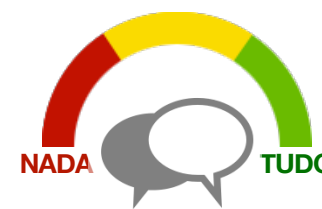
“Sou muito competitivo. Não quero apenas ganhar, preciso mostrar isso para todo mundo e, principalmente, que todos foram derrotados.”



“Quero saber tudo o que eu posso e devo fazer. Vou correr atrás destes objetivos e todos saberão quando eu os alcançar, pode ter certeza.”



“Entendo que existem objetivos e vou persegui-los. Mas vou fazer do meu jeito e aprender na jornada. Talvez eu ache um novo caminho e surpreenda você.”



“Vim pelas pessoas porque é com elas que eu aprendo e evoluo. Fazer novas amizades e conhecer novas histórias ajudam a tornar meu dia produtivo.”

Métrica

É importante se saber onde está para poder enxergar onde se quer ir.



Só conseguimos evoluir o que pode ser medido.

Seu indicador não precisa ser complexo, com equações e cálculos. Também não precisa ser nada padrão de sistema e nem precisam ser vários.

Mas é importante que ele exista.

E que, sempre que possível, este indicador esteja relacionado com a **performance** de seu público e não somente com a quantidade.

Se estiver em dúvida de qual indicador escolher para a gamificação, opte pelo mais simples e rápido de calcular.

Leve em consideração o que você já aprendeu até agora sobre o perfil do seu público e, para ajudar, veja ao lado as **características de uma boa métrica**.

Uma boa métrica

É comparativa

Poder comparar sua métrica com **períodos de tempo**, ou com seus concorrentes, ajuda a entender a **evolução** do seu negócio.

É fácil de entender

Todos os envolvidos precisam **entender claramente** do que se trata a métrica.

É uma taxa ou proporção

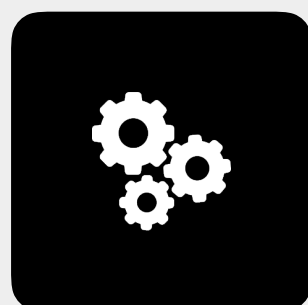
Além de taxas serem **sempre** comparativas, é mais fácil compreender como agir sobre ela.

Proporciona a ação

Escolha uma métrica em que as pessoas envolvidas possam **agir a respeito**, que esteja ligada ao **objetivo** do seu negócio.

Elementos

Escolher os elementos depende exclusivamente de conhecer bem seu público.



Agora que você já sabe o **perfil** das pessoas que vão estar nesta gamificação, você pode escolher melhor os **elementos de game** que vai motivá-las e engajá-las.

Recupere o que você anotou na etapa dos **Jogadores** nas frases e descarte as que não tem **nada a ver**.

Provavelmente somente uma delas teve **tudo a ver** com as pessoas envolvidas - ou duas ficaram no meio do caminho, no **amarelo**.

Aquelas frases representam os **4 perfis mais comuns** de jogadores e cada um deles é motivado por elementos específicos de game.

Confira ao lado os elementos de acordo com cada um destes perfis: quanto **mais próximos** do centro, menos específicos e quanto mais afastados e perto da descrição, **mais adequados** ao perfil que encontrou.

É importante saber que as pessoas não se encaixam **totalmente** em um perfil, então leve em consideração utilizar **outros** elementos conforme as suas impressões na definição do perfil ("são exploradores, mas um pouco competitivos").

Pontos e **Barra de progresso** são obrigatórios! Aí escolha mais **dois ou três** para iniciar.

Conforme você for se acostumando com o processo você vai poder ir envolvendo as pessoas com mais e mais elementos.

COMPETITIVOS

REALIZADORES

SOCIALIZADORES

EXPLORADORES

Obrigatórios

	Pontos	Uma medida que vai mensurar o resultado de qualquer coisa em sua estratégia		Barra de progresso	Motivam o jogador a completar o que quer que seja: missão, tarefa, energia...
	Badges	Selos indicando conquistas específicas		Timer	Limitar a ação com tempo dá mais urgência às atividades.
	Interação Social	Elementos para conversar com pessoas e bisbilhotar perfis alheios		Sorte	Loterias, sorteios e apostas de pontos e/ou recompensas
	Níveis	Etapas na evolução do jogador ou de itens, normalmente vinculado aos pontos.		Desafios	Propostas pontuais de atividades e ações de difícil realização.
	Missões	Atividade ou conjunto de ações que fazem parte da jornada.		Escolha	Dar alguma autonomia ao jogador aumenta a motivação.
	Easter eggs	Segredos escondidos desnecessários para a evolução mas familiares para o jogador.		Personalização	Possibilidades de modificar aspectos estéticos do jogo de acordo com a vontade pessoal.
	Votação	Sistemas de avaliação mútua de atividades ou perfis entre os participantes.		Equipes	Permitir a formação de times pode despertar o lado colaborativo dos jogadores.
	Status	Símbolos e títulos para os jogadores se destacarem perante a população.		Leaderboard	Exibir a colocação dos jogadores motiva perfis com predisposição à competição.
	Batalha	Dinâmicas de confronto exploram o lado competitivo e social ao mesmo tempo.		Recompensas	Recompensar física, monetária ou virtualmente sempre de acordo com performance.

Estratégia

As regras precisam ser simples e transparentes para todos.



Sua estratégia precisa de **regras** e uma **narrativa** para a jornada. Esta última – a narrativa – nem sempre é necessária, muitas vezes uma interface mais amigável já é um bom diferencial para aumentar o engajamento.

Mas você sempre vai precisar de **regras**. E elas devem ser claras, simples e transparentes.

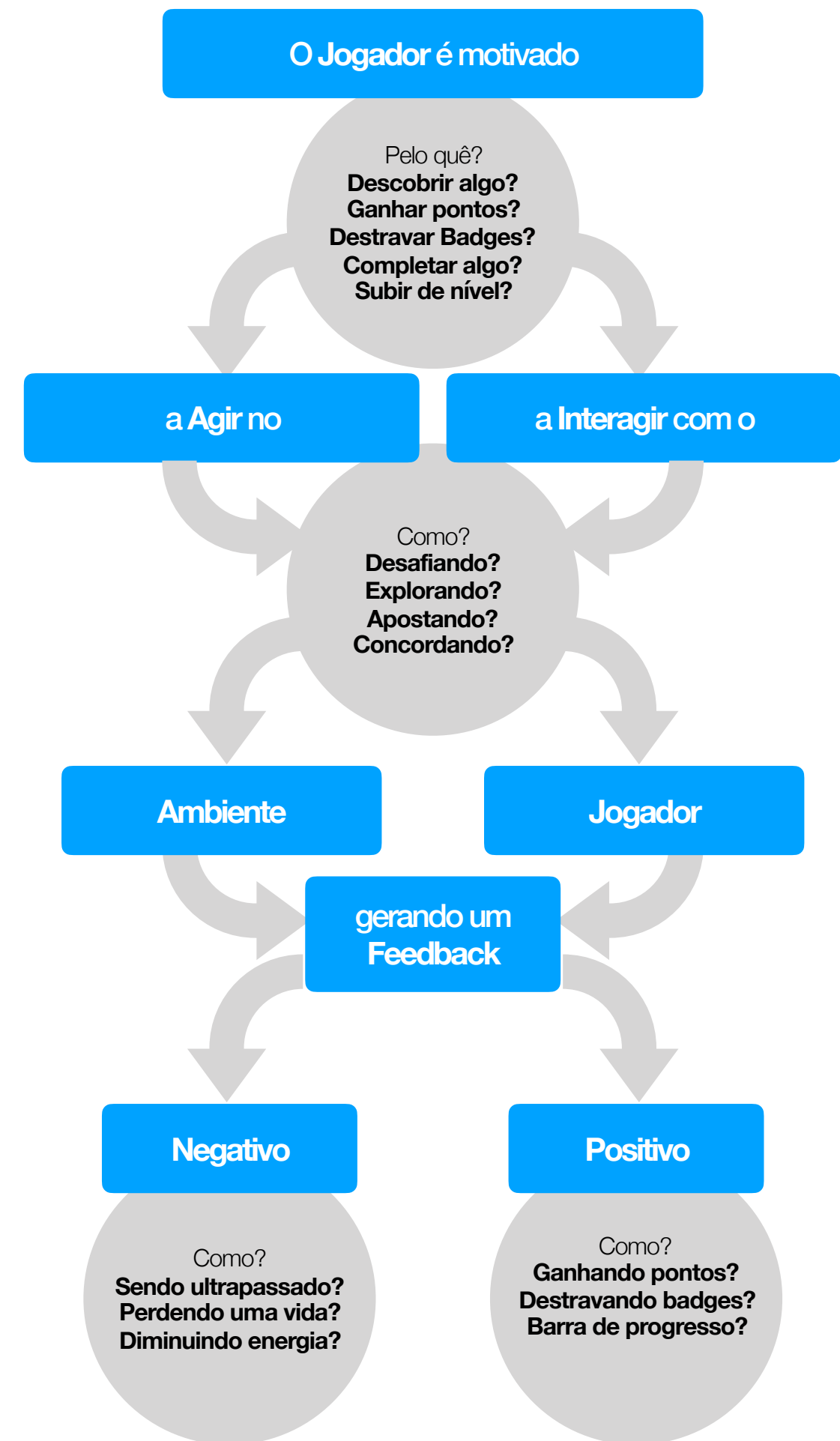
As pessoas precisam entender logo na primeira rodada, no primeiro badge destravado, no primeiro nível alcançado **o que elas devem ou não fazer**.

Outro ponto importante é definir um **período de duração** para sua estratégia chegar no resultado.

Tente prever em quanto tempo você quer atingir seu objetivo na métrica escolhida e divida isso em **etapas menores** que devem ser realizadas pelos seus jogadores. "Aumentar 6% as vendas em 3 meses", por exemplo, pode virar "subir 1% a cada 15 dias".

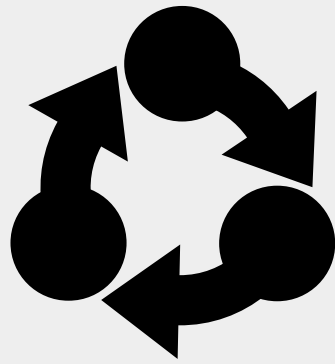
Identifique as pequenas ações que podem melhorar a métrica e alinhe com uma motivação na sua estratégia de gamificação.

Veja o esquema ao lado, considere os elementos que escolheu e descreva **três** ou **quatro atividades** dos jogadores e **seus feedbacks**, já considerando uma quantidade de pontos (ou prioridade) para cada uma.



Medir, ajustar e observar

Pouco a pouco você vai colocando sua estratégia no rumo certo.

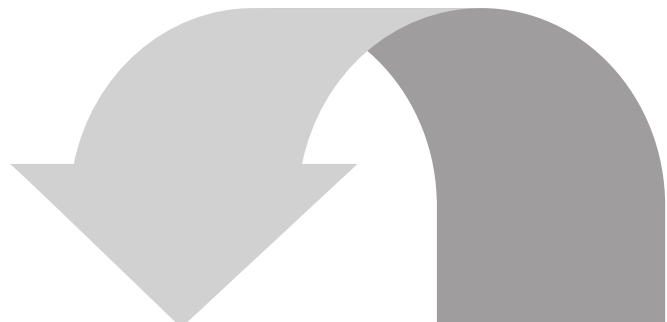


Com tudo descrito é hora de colocar as coisas para funcionar com todo mundo!


E para garantir que tudo está funcionando você precisa realizar um **ciclo** que deve se **repetir** várias e várias vezes enquanto a métrica escolhida não se mover. Seja pra melhor ou pra pior.

Se sua equipe tiver muito mais do que 20 ou 30 pessoas, considere antes realizar alguns ciclos de um piloto por uma ou duas semanas, em um grupo menor. Pode ajudar a melhorar a experiência antes de implantar para todo time.


E dê tempo para as coisas acontecerem, principalmente na fase de observação. A ansiedade é natural mas observar o comportamento dos seus jogadores pode lhe render ideias que nem foram previstas inicialmente.




Medir e acompanhar de perto tudo o que está acontecendo: como está a evolução dos pontos? As pessoas estão interagindo? A métrica escolhida está melhorando acima ou abaixo do esperado?



Ajustar tudo o que estiver ao seu alcance: explique o que ficou mal entendido, equilibre a pontuação, insira novos elementos se julgar necessário, retire outros que ninguém está interagindo.



Observar o que acontece depois de seus ajustes: algo mudou? A participação aumentou ou diminuiu? E a métrica manteve a tendência ou seu alterou?



Guia rápido

Um caminho claro e simples para você entender e aplicar a gamificação em seu negócio.

Reconhecer e definir o problema é o primeiro passo para resolvê-lo.

Conhecer **muito bem** quem vai participar é **parte crucial** de sua estratégia.

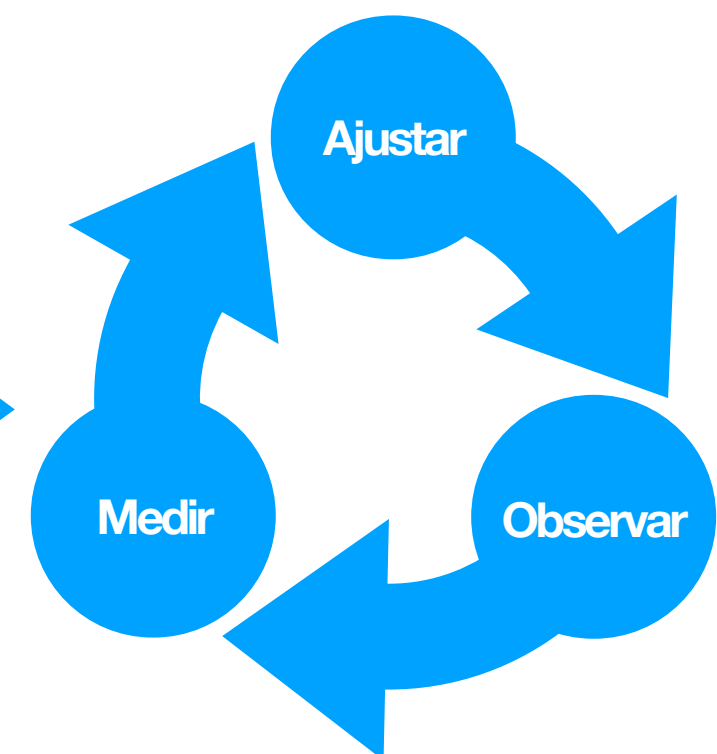
É importante se saber **onde está** para poder **enxergar** onde se quer ir.

Escolher os elementos depende **exclusivamente** de conhecer bem seu público.

As regras precisam ser **simples** e **transparentes** para todos.



	Quero melhorar o atendimento ao cliente de minha equipe de campo.	São jovens técnicos, bastante ativos nas redes e gostam de tecnologia.	Nota dos clientes	Sociais: status, curtidas e busca.	A cada avaliação, o técnico ganha pontos e destaque. A equipe pode interagir curtindo e comentando.
	Quero aumentar a geração de leads para a empresa.	A equipe é bem diversa, mas são bastante comunicativos.	Conversão de ligações	Realizadores: badges, missões	Uma coleção de badges para ser perseguida: "10 ligações em um dia" por exemplo.
	Quero aumentar as vendas do meu time.	Equipe bastante ambiciosa e competitiva.	Tíquete médio	Competitivos: níveis e leaderboard	Pontos e níveis relacionados ao tíquete e um leaderboard exposto para a equipe.
	Quero fidelizar os clientes na minha loja.	Eles são moradores locais na maioria, mas tenho muita concorrência.	Retornos do cliente	Exploradores: timer, easter eggs e escolhas	Menu de recompensa aos clientes recorrentes: "desconto surpresa" ou "café grátis" por ex.



MEDIR
Acompanhe de perto e veja se está tudo indo conforme o tempo que estimou. Fique de olho na métrica que você definiu para a sua estratégia.

AJUSTAR
Se algo está não ficou bem entendido, explique. Se alguém disparou em pontos na frente, ajuste. Se algum elemento não está funcionando, mude.

OBSERVAR
Dê algum tempo para as pessoas agirem, segure a ansiedade e não force a barra. Quanto mais voluntária for a participação, maior a chance de sucesso.

Tudo pronto?

Algumas considerações antes de partir...

A intenção deste material é ajudar as centenas, os milhares de pequenos empresários que já enxergaram na **gamificação** um modo de melhorar a **performance** de sua equipe mas não sabiam por onde começar.

A gamificação **não precisa ter regras complexas**. Ela pode (até deve) começar devagar, com poucos elementos para entender se as pessoas vão reagir como esperamos em nossa estratégia. Segure a ansiedade.

Também **não precisa ser tecnológica**. Um quadro branco e alguns adesivos podem ser o suficiente para engajar uma equipe e descobrir motivações que nem imaginávamos. Faça este teste.

Ela também não precisa ser **sempre do mesmo jeito**, o tempo todo. A economia muda, sua empresa muda, a gestão muda, pessoas mudam o tempo todo. Não se apegue nisso.

Mas tem uma única coisa que qualquer estratégia de gamificação precisa perseguir: **diversão**.

Espero que este material te ajude nisso por aí!

;)

Confira também



Imprima esta página e cole na parede.
Escreva, rabisque, abuse dos post-it's:
o importante é **visualizar sua estratégia!**

