

La Gamification negli ambienti business ?? di Silvia Becattini

Descrizione

TAG: Business, Azienda, Dipendenti, Formazione, Gamification

Quello di *gamification* ? un concetto di cui si sente parlare sempre di pi?, anche negli ambienti del business e dell'impresa. Ma cosa si intende con questo termine?

gamification s. f. inv. Utilizzo di meccanismi tipici del gioco e, in particolare, del videogioco (punti, livelli, premi, beni virtuali, classifiche), per rendere gli utenti o i potenziali clienti partecipi delle attivit? di un sito e interessarli ai servizi offerti. (?!) Dall'ingl. *gamification*, derivato dal s. *game* (gioco).

Fonte: [Treccani](#)

Questo termine, in uso gi? da molti anni (2003), ? entrato a far parte del linguaggio legato non solo all'intrattenimento ludico (videogiochi), ma anche al marketing, ai social media e al web in generale. Non solo: se ne parla anche in ambienti business. Indica una metodologia finalizzata ad influenzare il comportamento delle persone sia online che offline.

Gamification nell'ambiente aziendale

Ora parliamo di questo meccanismo in un ambito che non sembra correlato, ma invece lo ?, soprattutto per il suo ruolo nella formazione aziendale. Come si sviluppa quindi la *gamification* in ambito aziendale?

In pratica, vengono applicate regole e dinamiche di interazione mutate dai giochi. Queste hanno una specifica funzione: la motivazione di dipendenti, collaboratori e clienti a raggiungere certi obiettivi.

L'applicazione di queste meccaniche di gioco in contesti non ludici possono stimolare positivamente i dipendenti. Alcuni esempi concreti di meccaniche di gioco possono essere:

ric riconoscimenti (classifiche)**premi** (punteggi, badge)**sfid e livelli**

Tutto questo, sar? funzionale al raggiungimento degli obiettivi aziendali, ma in modo divertente. Saranno ridotte ad esempio, pressioni psicologiche derivanti dalle scadenze. La *gamification* apporta quindi diversi benefici, come l'aumento del coinvolgimento dei collaboratori, il divertimento e l'immersivit? della formazione, l'apprendimento ? pi? efficace.

Sar? importante infine, progettare la *gamification* pensandola sull'utente e non sulle meccaniche. Soprattutto tenendo conto del fatto che ci sono categorie di attori diverse che sono stimolati da motivazioni diverse e, di conseguenza, da incentivi e meccaniche differenti. Ci sono molti [esempi](#), anche in grandi aziende come Google, di come questo sistema sia efficace e migliori l'esperienza lavorativa dei dipendenti.

Fonti: [Whappy](#), [Digital Dictionary](#)

Foto di copertina: [Affari foto creata da freepik & it.freepik.com](#)

Hits: 0

L'articolo [La Gamification negli ambienti business](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

1 Luglio 2021

Autore

default watermark