

# Gamification om gedrag te veranderen



## Gamification om gedrag te veranderen

Gamification is het toepassen van motiverende elementen uit games in de 'echte wereld'. In een game spelen personen om beter te worden, als team of als individu. De éne speler speelt om te winnen, de andere speler wil ontdekken en de volgende speler wil zoveel mogelijk punten behalen. Het is duidelijk dat mensen verschillend zijn en dat gamification succesvol toe te passen is om doelen te bereiken en nieuw gedrag aan te leren aan grote groepen mensen.

Hoe dat werkt wordt uitgelegd in deze whitepaper.

*Gamification is gebaseerd op de combinatie van verandermanagement, performancemanagement en game theory.*

### 1. Game Theory

Goede games bevatten drie elementen, die zorgen dat spelers intrinsiek door willen gaan met spelen. Het willen spelen van de game maakt dat spelers gemotiveerd zijn om nieuw gedrag aan te leren.

### 3 fundamentele elementen van een *engaging game*

#### 1. *Autonomie*

In iedere succesvolle game heeft een speler vrijheid binnen de kaders van het spel, oftewel vrijheid om eigen keuzes te maken. Die vrijheid spreekt de menselijke creativiteit aan, en de wil om samen te spelen en plezier te maken. Daarom triggert een game om nieuwe dingen te leren binnen de kaders van het spel.

#### 2. *Meesterschap*

Veel spelers worden gemotiveerd door het streven dingen goed te willen doen en liefst steeds beter. Een game is niet uitdagend wanneer een speler direct alles kan. In succesvolle games valt er iets te leren en is het laatste level nog niet haalbaar voor beginners. Kort-

cyclische feedback d.m.v. punten en badges motiveert ontwikkeling om van beginner te groeien naar meester.

### 3. Zingeving

Door een spel te verbinden aan wezenlijke dingen, het optimaliseren van een vergadering, het zich houden aan verkeersregels of het ondernemen van sportactiviteiten, bereikt men dat een game aansluit bij de intrinsieke motivatie van een speler. Gamification vindt dan ook plaats op de werkvloer, niet achter een scherm of in een klaslokaal.

Goede games bevatten in meer of mindere mate deze drie elementen, die zorgen dat spelers intrinsiek door willen gaan met spelen. Het willen spelen van de game maakt dat spelers gemotiveerd zijn om nieuw gedrag aan te leren. In een game wordt gewenst gedrag beloond door triggers en kort-cyclische rewards. Dit werkt bijvoorbeeld bij het stoppen met roken, bij afvallen, bij het vaker gebruiken van technologie in je werk en bij het aanleren van andere nieuwe routines op je werk. Die triggers en rewards zijn in games expliciet aanwezig in de vorm van levels, challenges, punten, badges en sociale interactie. Dat maakt dat het zo leuk is om te spelen.

## 2. Changemanagement en Gamification

Game theory onderbouwt dat nieuw gedrag kan worden aangeleerd op een leuke manier. Maar naast nieuw gedrag aanleren, wil men ook dat het nieuwe gedrag blijvend is. Hier komt changemanagement om de hoek kijken. Drie elementen van changemanagement maken dat nieuw gedrag duurzaam wordt.

### 3 elementen van changemanagement

#### 1. Intrinsieke motivatie: van moeten naar willen

Mensen worden idealiter gemotiveerd voor het eindresultaat én voor het veranderen zelf. Het is ook belangrijk de vraag te beantwoorden: "what's in it for me?". Dan sluit de verandering aan op behoeften en wensen van de medewerker. In gamification wil de gemiddelde speler niet die ene badge winnen maar wordt gemotiveerd door 'erkenning', 'verbondenheid' of 'plezier'. Spelen en daarmee het toepassen van (nieuw) gewenst gedrag, sluit aan bij de motivatie van de speler, of het nu gaat om kennis opdoen, compliant werken, slimmer samenwerken of het leren gebruiken van nieuwe technologie.

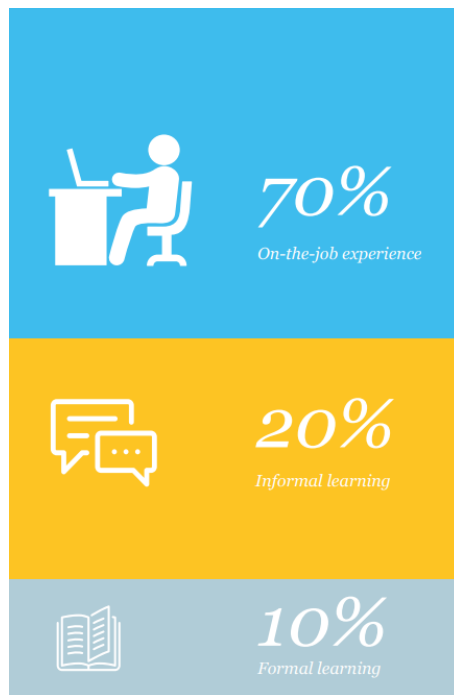
#### 2. Stapsgewijs in plaats van alles in één keer

Een duurzame gedragsverandering realiseren gebeurt niet in één keer maar gaat in kleine stapjes. Wanneer iemand met succes één kleine handeling herhaaldelijk uitvoert, zal deze handeling uiteindelijk een gewoonte worden. Soms lijkt een verandering minuscuul klein, maar het gaat om het momentum van elke keer een kleine stap te blijven zetten. Elke dag een stap beter is na een jaar 365% beter.

#### 3. Van leren naar toepassen



Nieuwe kennis vervliegt wanneer die niet direct wordt toegepast. Elke dag wordt 50% van wat is geleerd vergeten. Het 70:20:10 leermodel (zie het figuur rechts) toont ons dat we vooral leren op de werkvloer, niet in een klaslokaal of met e-learning. Gamification zorgt dat een speler direct aan de slag gaat.

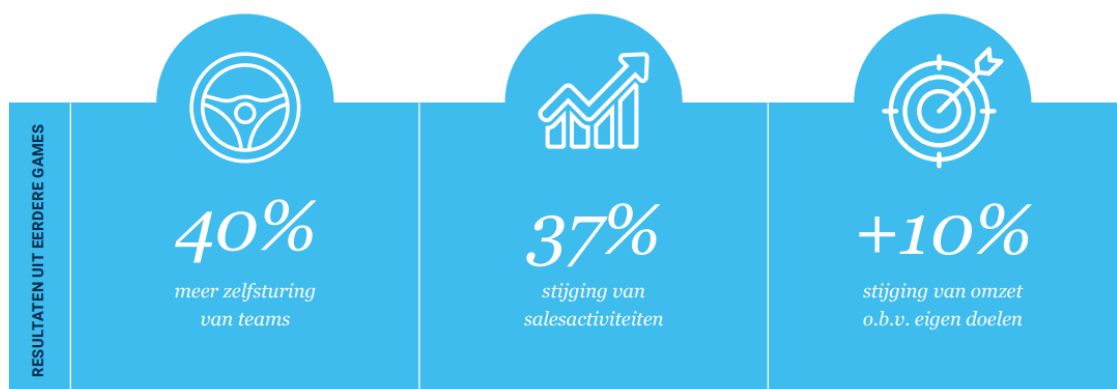


### 3. Performance management: harde resultaten

Het is zinvol om te starten met 'the end in mind': het doel dat voor ogen staat. Dit moet een meetbaar doel zijn, zodat de impact van de game kan worden vastgesteld. Denk hierbij aan doelen als: meer sporten, beter samenwerken of meer salesactiviteiten.

#### Een meetbaar doel kan de impact van de game vaststellen.

Bij nieuw structureel gedrag is het van belang dat een game-design het gewenste gedrag ontsluit. Het is zinvol om te starten met 'the end in mind': het doel dat voor ogen staat. Gamification is, in tegenstelling tot gaming, niet alleen entertainment, maar dient een specifiek doel, dat echt relevant is voor elke speler (zingeving). Dit moet een meetbaar doel zijn, zodat de impact van de game kan worden vastgesteld. Denk hierbij aan doelen als: meer sporten, slimmer samenwerken of meer salesactiviteiten. De ervaring leert dat het werken met meetbare doelen werkt.



## Conclusie

*Gamification is een beproefde methode om op laagdrempelige, schaalbare en bovenal leuke manier gedragsverandering te bewerkstelligen.*

De focus ligt op wat de eindgebruiker echt nodig heeft en wil doen. Wij van Highberg focussen op het verbeteren van prestaties op de werkvloer door gamification en gedragsverandering te combineren, verbeteren we de prestaties met de adoptie van nieuwe technologie op een laagdrempelige, schaalbare en fun manier.

## Voorbeelden van games

- Effectiever vergaderen,
- Slim samenwerken,
- Effectief sturen op feiten en cijfers
- En slim informatie delen.

Info@highberg.com  
t +31 (0)20 40 80 860  
Barbara Strozzilaan 201  
1083 HN Amsterdam  
The Netherlands

