

GAMIFICATION

Case study: AKI



Pedro Barbosa



De acordo com um estudo da Gallup, mais de 1.240 milhões de trabalhadores em todo o mundo (87%) não estão motivados nem alinhados com a cultura da sua empresa.

Neste contexto, o projeto GFoundry tem como objetivo ser uma solução de grande amplitude, que permita às empresas estreitar relações e garantir o *engagement* dos seus parceiros e clientes, bem como garantir a motivação e a produtividade dos seus colaboradores de uma forma simples, inovadora, eficaz, divertida e rápida. Para o efeito, combinam os benefícios do *gamification* com o poder das ferramentas de criação, partilha e troca de informação, com a capacidade do *mobile*.

Assim, a plataforma GFoundry de apoio aos recursos humanos tem contribuído, por exemplo, para aumentar a eficácia da aquisição de conhecimentos e adoção de comportamentos; envolver os colaboradores, clientes e parceiros nos processos de inovação; partilhar as melhores práticas;

acompanhar objetivos ou facilitar processos de avaliação.

O AKI foi uma das empresas para as quais a GFoundry desenvolveu um jogo, que contempla a vertente da formação.

Pedro Morais Barbosa, responsável de comunicação interna, institucional e RSA do AKI Portugal partilha que esta aposta teve por base a vontade de inovar nas formas de ligação e participação com os colabo-

”

Pedro Morais Barbosa sublinha que esta aplicação está a ser uma mais valia para o AKI porque, de uma forma divertida e interativa, os colaboradores estão a aprender e a reforçar conhecimentos.

“

radadores. As soluções de *gamification* há muito que despertavam curiosidade e encontraram na solução da GFoundry uma forma divertida de conseguir maior *engagement* com as suas equipas. A solução foi aplicada às «Políticas de Participação» da empresa que, na prática, consistem em envolver todos os colaboradores através da sua participação aos mais variados níveis na empresa, com destaque para a partilha de resultados e possibilidade de compra de ações. “Trata-se de um pilar fundamental do envolvimento de todos com a empresa e que, para além do compromisso, exige alguns conhecimentos mais técnicos», realça o responsável.

Pedro Morais Barbosa sublinha que esta aplicação está a ser uma mais valia para o AKI porque, de uma forma divertida e interativa, os colaboradores estão a aprender e a reforçar conhecimentos. Trata-se de um tema novo para todos mas que é fundamental que seja interiorizado com celeridade.

A aprendizagem é feita de uma forma inovadora, sendo apreendidos temas teóricos, alguns deles bastante técnicos, outros mais culturais. Por outro lado - acrescenta -, possibilita identificarmos temas cuja formação e informação exija reforço.”

O jogo está dividido em cinco níveis diferentes que vão sendo lançados à medida que os colaboradores se vão juntando à comunidade do jogo. Os dois primeiros dizem respeito a temas gerais da empresa, como



o conceito e posicionamento da empresa.

Os três níveis seguintes correspondem às referidas «Políticas de Participação». O jogo pode ser jogado individualmente ou em 'duelo' direto com outro colega e o objetivo é responder ao máximo de perguntas corretamente no menor espaço de tempo de forma a subir no *ranking* geral e, claro, passar de nível. O jogador que provar ser o maior conhecedor do AKI é depois premiado, dentro e fora do jogo.

A adesão e o *feedback* dos colaboradores tem sido «bastante positivo» e por isso Pedro Morais Barbosa acredita que quando se terminar esta dinâmica «o conhecimento dos colaboradores sobre este tema estará muito mais sólido mas, sobretudo, que o seu envolvimento com a empresa foi reforçado». x

Dinâmicas de apoio aos recursos humanos que a plataforma promove:

- Formar, aumentando a eficácia da aquisição de conhecimentos e adoção de comportamentos;
- Fomentar o reconhecimento público, promovendo, por consequência, a identificação de novas competências dentro das organizações;
- Inovar, envolvendo todo o ecossistema de colaboradores, parceiros e clientes nos processos de inovação;
- Partilhar, promovendo e premiando a partilha de conhecimento e melhores práticas;
- Acompanhar objetivos, incentivando a definição e acompanhamento de objetivos pessoais e profissionais;
- Avaliar, facilitando processos de avaliação completos, contínuos e participados.

GFoundry - Digital Engagement

Dinâmicas de gestão e retenção de talentos



formação

aumentar a eficácia da aquisição de conhecimentos e adoção de comportamentos



reconhecimento

fomentar o reconhecimento público e identificar características e competências



objetivos

incentivar a definição e acompanhamento de objetivos pessoais e profissionais



acolhimento

dinâmica de acolhimento para novos contratados e gestores



inovação

envolver todo o ecossistema de colaboradores, parceiros e clientes no processo de inovação



avaliação

facilitar um processo de avaliação completo, contínuo e participado