

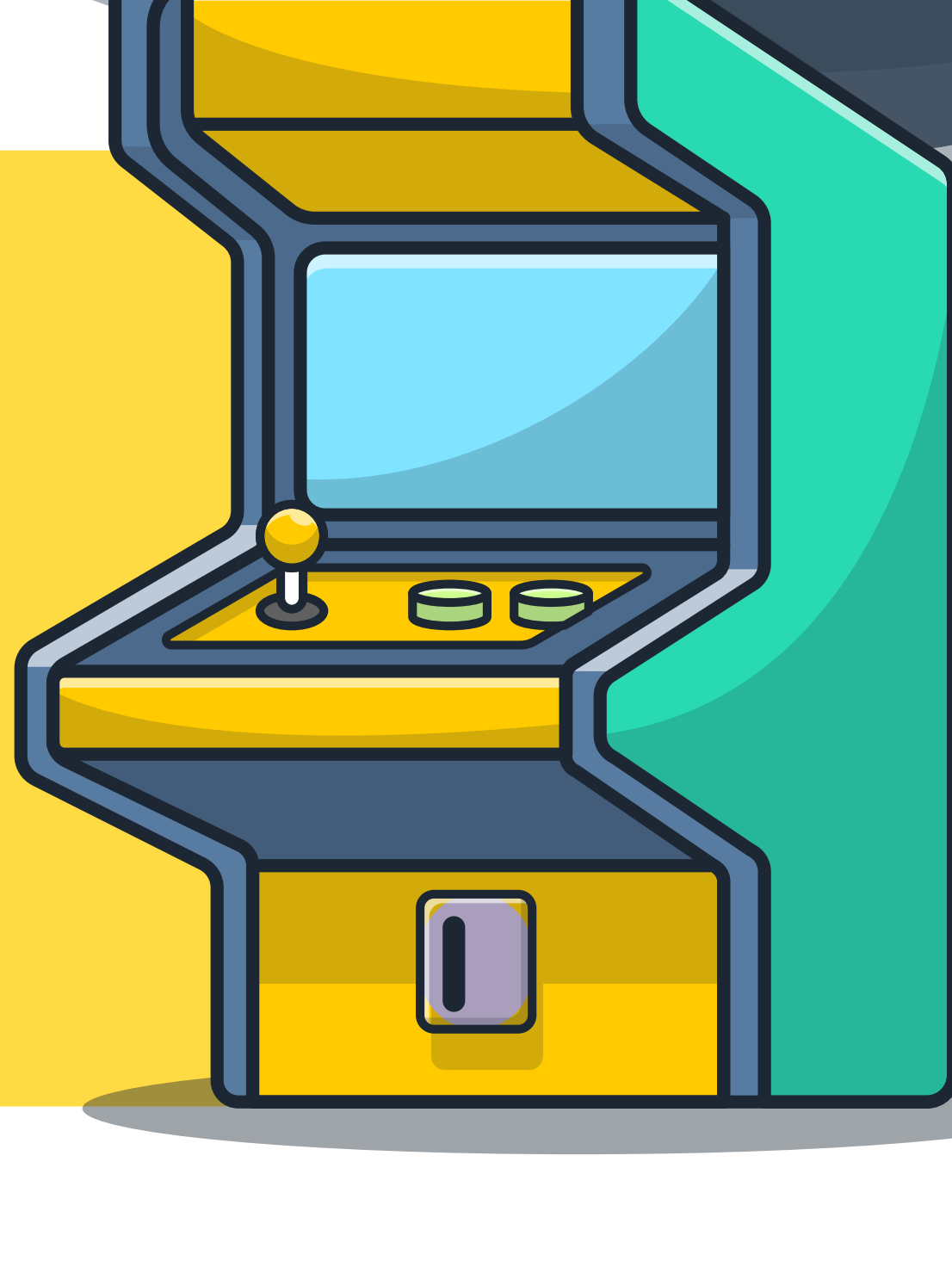
GAMIFICAÇÃO

METODOLOGIA OCTALYSIS

5 passos que vão te ajudar a implementar uma estratégia de gamificação consistente!

Gamificação é o uso de pensamento, lógicas, técnicas e mecânicas de jogos visando **engajar pessoas na SOLUÇÃO DE PROBLEMAS em contextos não convencionais a jogos**. O uso de gamificação tem resultados como:

- Alinhamento entre colaboradores e empresa
- Maior engajamento em ações
- Maior percepção de reconhecimento
- Maior senso de pertencimento
- Aumento de performance
- **RESULTADOS DE NEGÓCIO!**



1 TENHA UM OBJETIVO CLARO

Caso haja mais de um objetivo, liste e coloque em ordem de prioridade. Tenha clareza do que é mais importante para você:

- Qual é o problema que você quer resolver?
- Por que você decidiu gamificar alguma coisa?
- Onde queremos chegar com isso?

Exemplos:

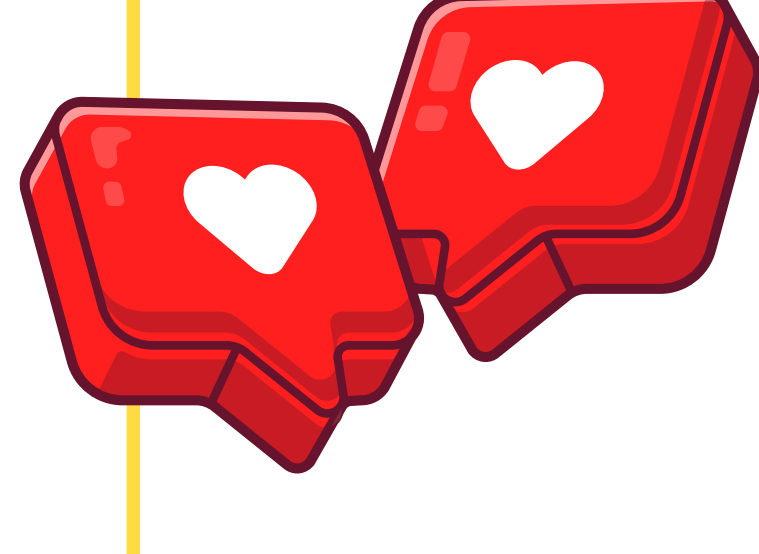
1. Aumentar volume de vendas
2. Criar uma cultura de autodesenvolvimento
3. Aumentar a atração de talentos



2 CONHEÇA BEM SEUS JOGADORES

A gamificação é uma abordagem centrada no usuário e é isso que a faz tão poderosa. Para desenhar uma boa estratégia, é necessário conhecer o público e seus hábitos.

Analise os dados demográficos aos quais você tem acesso e pesquise sobre os hábitos e motivações. Para essa pesquisa, sugerimos o uso de técnicas do design para um levantamento qualitativo de profundidade.



3 LISTE OS COMPORTAMENTOS ESPERADOS

Neste momento, **quanto mais específico melhor!** Pense nos comportamentos que levam ao alcance do seu objetivo. No primeiro momento não tem problema se você não tem certeza se este é o comportamento que deve ser estimulado. O importante é testar rápido e corrigir caso o comportamento escolhido seja irrelevante para o objetivo.

- Que comportamentos você quer estimular?
- O que eu gostaria que as pessoas comesçassem a fazer?
- O que eu gostaria que as pessoas deixassem de fazer

Exemplos:

- Objetivo: Aumentar volume de vendas
Comportamentos esperados: Vender pelos menos 1 produto por dia, Cadastrar as vendas na plataforma, etc.
- Objetivo: Criar uma cultura de autodesenvolvimento
Comportamentos esperados: Acessar pelo menos 1 vez por semana a plataforma da Universidade Corporativa, Terminar pelo menos 1 curso de 2h por mês, etc.

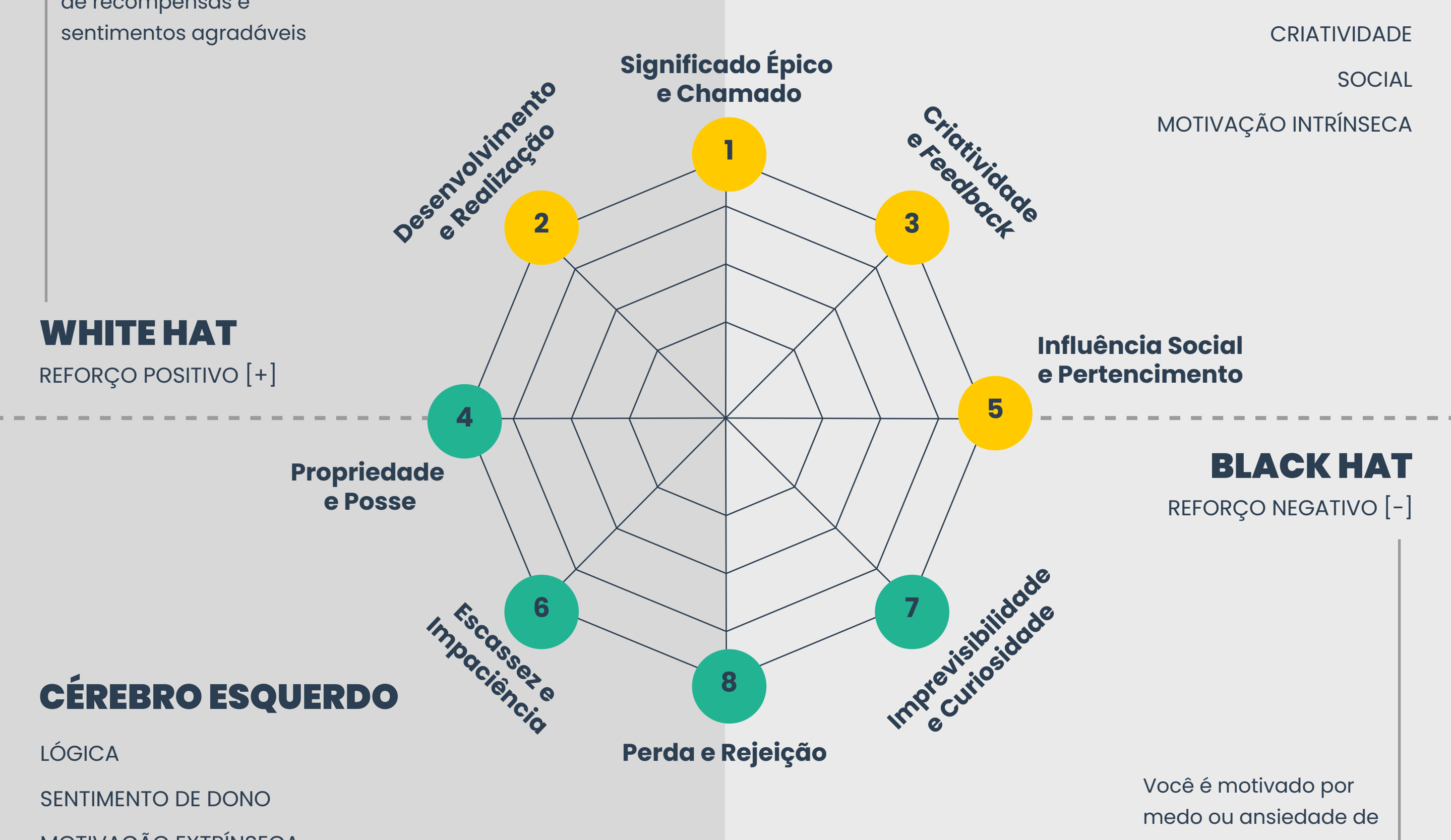


4 DEFINA A MECÂNICA DO GAME

Para definir a mecânica, utilizamos o método **Octalysis** (esta não é a única alternativa, sinta-se a vontade para pesquisar outras)

O Octalysis tem esse nome porque seu autor, Yu-Kai Chou, baseado em sua experiência como *Game Designer* e no estudo de Psicologia, chegou a conclusão que as táticas de gamificação são divididas em 8 *Core Drives* que se organizam em 4 eixos.

Vamos explorar o método?



1 Significado Épico e Chamado

Quando o jogador acredita que está fazendo algo que é maior que ele mesmo ou que foi “escolhido” para concluir um desafio. Gera um senso de propósito maior que o próprio jogo.



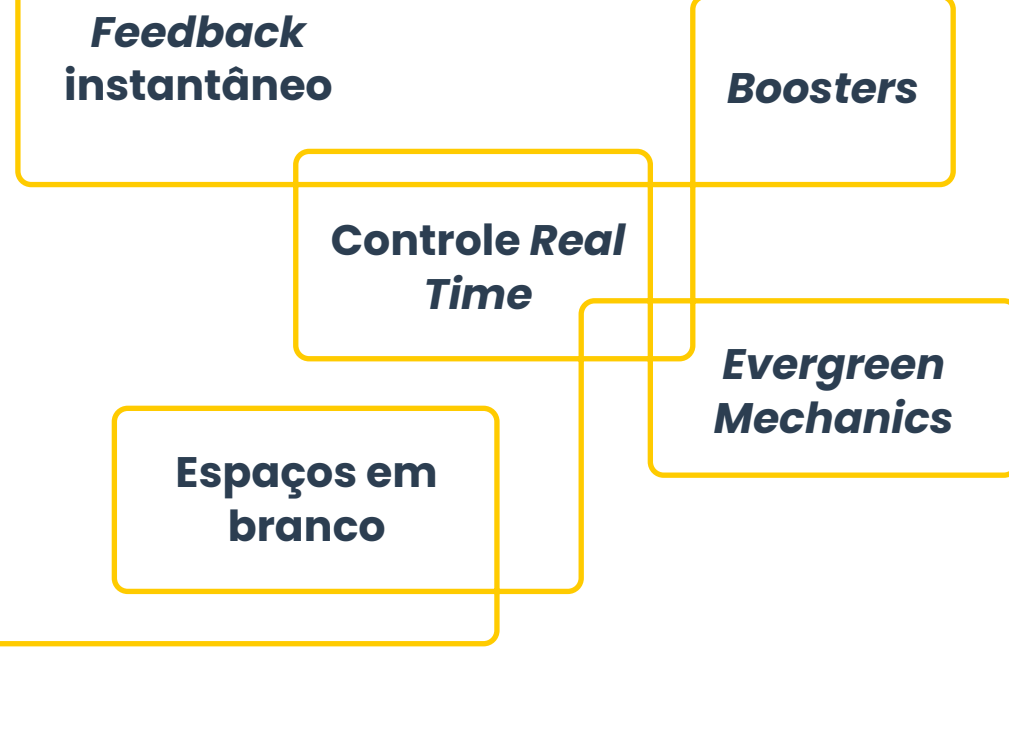
2 Desenvolvimento e Realização

Este é o *core drive* onde as pessoas são motivadas por um senso de progresso em direção a uma meta, desenvolvimento de habilidades e superação de desafios.



3 Criatividade e Feedback

Quando o jogador têm que repetidamente descobrir soluções e tentar combinações diferentes. Neste *core*, a pessoa não precisa apenas expressar criatividade, mas também deve receber *feedbacks* rápidos que evidenciem seus resultados.



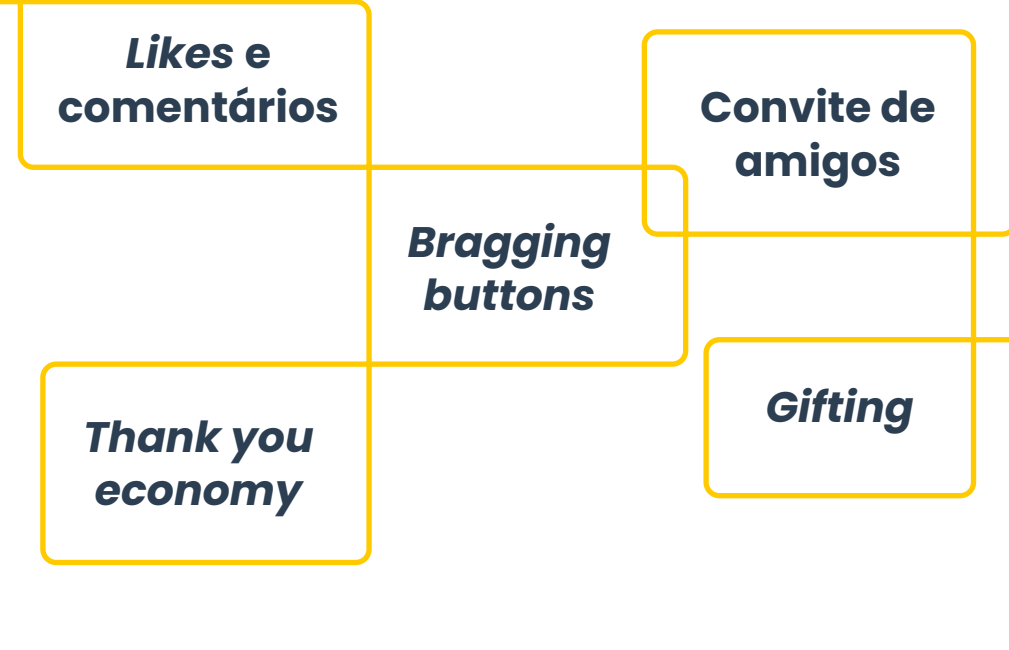
4 Propriedade e Posse

Esse *core* é um dos grandes motivadores para que um indivíduo permaneça engajado em uma experiência. Quando sente-se dona, a pessoa faz mais para que tenha mais coisas para sua posse.



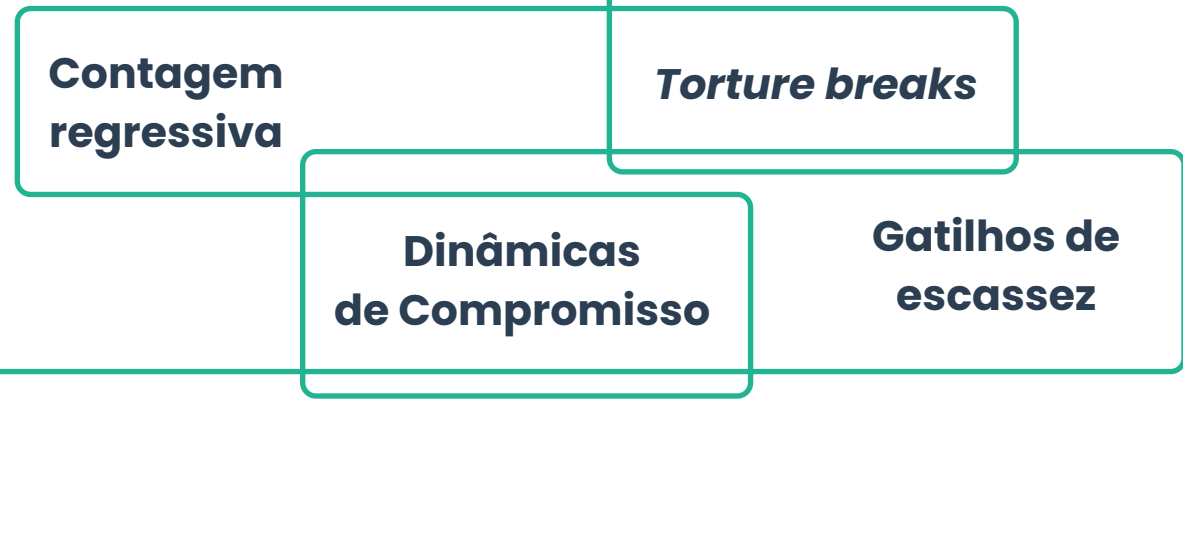
5 Influência Social e Pertencimento

A influência social engloba todos os elementos de motivação como aceitação, competição, feedback e companhia. Alguma vez você contou os *likes* da sua foto?



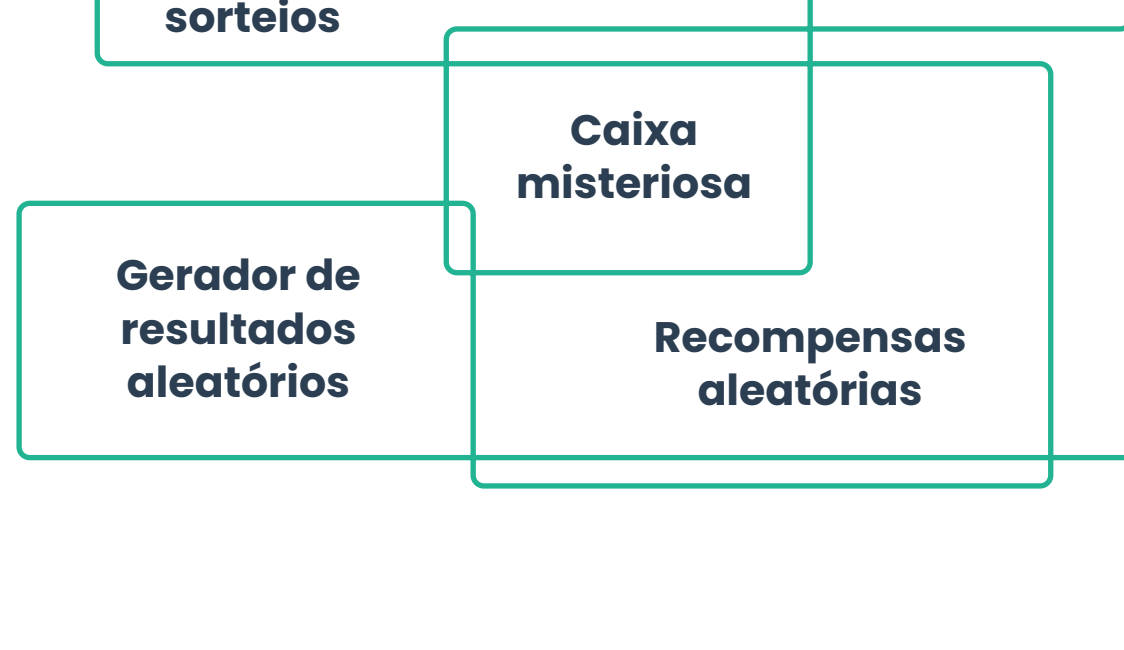
6 Escassez e Impaciência

Esse *core* motiva as pessoas que desejam ter algo que é raro ou que elas simplesmente não podem ter. Sabe quando você está jogando e suas vidas acabam e você precisa esperar algumas horas para voltar a jogar?



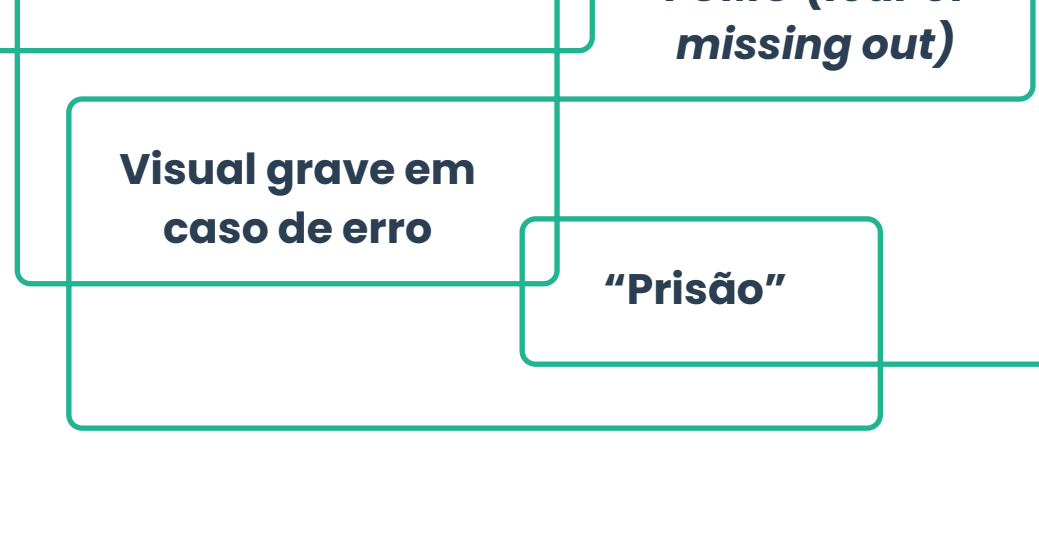
7 Imprevisibilidade e curiosidade

Como eu não sei o que vai acontecer, eu não paro de pensar nisso. Pessoas assistem filmes e lêem livros por causa deste *drive*, entretendo é o mecanismo mais básico dos jogos de loteria.



8 Perda e Rejeição

O ato de evitar que algo ruim aconteça ou medo de perder uma oportunidade. Oportunidades de época (como a *Black Friday*, por exemplo) faz com que as pessoas sintam que se elas não comprarem imediatamente, vão perder aquela oportunidade para sempre.



5 ACOMPANHE OS RESULTADOS

Gamificação não é apenas um jogo! É preciso saber se as ações implementadas estão de fato contribuindo para os objetivos definidos. Acompanhe resultados, construa dashboards e faça pesquisas de satisfação com o público.

Tenha disciplina no acompanhamento dos indicadores. Eles te darão a resposta se a sua estratégia está ou não no caminho certo.

