**OVER GREENBERG NIELSEN**

Duidelijke visie. Maximaal resultaat.

Talentvolle mensen bepalen het succes en de groei van een onderneming. In een snel veranderende wereld is Greenberg Nielsen de partner van nationale en internationale bedrijven voor het vinden van de beste financiële professionals. Professionals die voorop lopen bij vernieuwing en verandering en het oplossen van problemen.

Greenberg Nielsen is een toonaangevende recruitment organisatie in Nederland, gevestigd in het WTC in Amsterdam Zuid. Met een innovatief en helder recruitment proces en een fair price strategie vinden wij het talent dat onze opdrachtgevers verder brengt

**Kernwaarden**

De lat ligt bij Greenberg Nielsen hoog. Om onze doelstellingen te behalen hebben wij kernwaarden afgesproken waar wij elkaar en onze opdrachtgevers ons op aan kunnen spreken.

Bovenaan staat Daadkracht. Als consultant bij Greenberg Nielsen moet je de drive hebben om succesvol kandidaten bij opdrachtgevers te bemiddelen. Een consultant zet bij ons alles op alles om zo goed en snel mogelijk de juiste kandidaat te vinden, ook als het tegen zit.

Creativiteit. Een veranderende wereld vraagt om anders na te denken over recruitment vraagstukken. Daarbij weten we de verwachtingen van kandidaten en opdrachtgevers uitstekend te managen.

Kwetsbaarheid is voor Greenberg Nielsen een belangrijke kernwaarde. Iedereen die bij Greenberg werkt of met ons samenwerkt krijgt de ruimte om in een open setting kritiek te geven of ideeën in te brengen. Hierdoor zijn wij continu in staat om onze processen te verbeteren en innovatieve ideeën in onze werkwijze toe te passen.

**Onze debriefing**

Greenberg Nielsen (GN) is een toonaangevende recruitment organisatie in Nederland. GN onderscheidt zich van andere recruiment organisaties door de snelheid van haar proces, de focus op finance professionals en haar selectieproces dat behalve skills en kennis ook persoonlijkheidskenmerken van de kandidaten in kaart brengt. Bij de persoonlijkheidskenmerken richt GN zich op Power, Brains en Social Effectiveness.  
  
GN is aan het kijken naar mogelijkheden om haar business model zowel op te schalen als onderscheidender/ innovatiever te maken. Gamification - zie voor een toelichting op gamification en Flavour de betreffende paragraaf over Gamification in deze offerte - is, ook in de optiek van Flavour een zeer plausibele optie om de ambities van GN beter realiseerbaar te maken. In het verlengde van de ambities om onderscheidend en innovatief te zijn, ziet GN veel waarde in het opbouwen van een unieke dataset die relevante kenmerken vankandidaten bevat. Ook hiervoor is gamification een geschikt middel.

**Concrete vraag**

Deze offerte behelst de volgende opdracht van GN aan Flavour: ontwerp een platform dat naar de toekomst toe modulair uit te breiden is met mini games. De drie belangrijkste persoonlijkheidskenmerken BPS van kandidaten worden middels de mini games meetbaar en  
vergelijkbaar gemaakt.

De drie persoonlijkheids kenmerken zijn:

**Power | Brains | Social Effectiveness**

**Power =** daadkracht om dingen bij elkaar te brengen. Wordt gemeten aan zaken als "bijdrage in de groei", "leervermogen, c.q. vermogen om te veranderen"  
  
**Brains =** IQ + vermogen om kennis en kunde flexibel toe te passen op een wijze die we als "learning agility" omschrijven

**Social Effectiveness =** gevoel voor samenwerken en vermogen om te verbinden. Ook valt onder SE zaken als "willen van nature mensen  
helpen", "dienstbaarheid versus willen ze scoren" zijnde: meetbaar te maken in een score-systeem.

Dit score-systeem moet zodanig ontworpen zijn dat het kandidaten inzicht in hun positionering voor iedere "kolom" van BPS ten opzichte van hun peers maar geen totaal score voor de kandidaten geeft. Voor GN moet de database de mogelijkheid bevatten om intelligente data-analyse toe te passen en wel een totaalscore voor kandidaten te produceren.

**3 mini-games**  
Per persoonlijkheidskenmerk worden er mini-games ontworpen. De scores die de spelers halen en de overige data-kenmerken (tijd, de meest  
voorkomende struikelblokken etc) worden in de database opgeslagen. Wij stellen voor om in eerste instantie 6 mini-games te maken. Voor  
de mini-games geldt exact hetzelfde proces als bij het bouwen van het platform. ofwel, een design, Alpha en Beta fase met UAT's. Per  
persoonlijkheidskenmerk 2. Vervolgens kunnen aan de hand van de ervaringen met de game van zowel de spelers als GN meerdere minigames  
toegevoegd worden.

**Voorbeeld minigame**

Ter illustratie een voorbeeld van een mogelijkheid – is maar een voorbeeld, nog niet volledig uitgewerkt - hoe Flavour een mini-game zou kunnen uitwerken: Power.

Power vertalen we dan als daadkracht. Daaronder zouden we kunnen verstaan hoe effectief iemand is in de trade-off tussen “tijd en kwaliteit”. Dan zou de casus van de mini-game er mogelijk als volgt uit kunnen zien: er zijn 5 mensen en 100 balken om een vlot te bouwen. Opdracht is om alle 5 droog naar de overkant te komen. Indien het vlot met 100 balken gebouwd wordt, komt iedereen droog aan de overkant. Maar de toevoeging van iedere taak of beslissing aan het vlot kost X minuten. (Directe vertaling van daadkracht: kun je - actief en naar eigen inzicht - van alle mogelijke taken bepalen wat de essentiële beslissingen zijn voor het doel) De uitdaging is dan om met zo min mogelijk balken en taken een vlot te bouwen zodat toch iedereen droog (randvoorwaarde, opdracht pas geslaagd als iedereen met droge voeten aan de overkant komt) de overtocht maakt. Daar kun je dan allerlei rollen en specialismen aan toevoegen (projectleider, specialist, berekenen hoeveel balken met foutenmarge en criteria waar weer de andere leden een mening over kunnen hebben etc) waarbij je de spelers hun rollen kunt laten kiezen en/of alle rollen kunt laten spelen. Het probleem optimaliseren is eveneens een interessante leerweg voor de persoonlijke voorkeur en stijl van oplossen.

De game dynamics die hierbij gebruikt worden zijn dynamics als “risk avoidance” (negatieve emotie, ik wil in ieder geval niet falen binnen 1 poging), “tijdsdruk” (zo snel mogelijk), “samenwerken” (hoe ga ik om met weerstand en taakverdeling op rollen), “min-maxen" (trade off van tijd en veiligheid op persoonlijk voorkeur, creativiteit en inzicht afstellen). “probing and testing” (Als het vlot ook een bouwplan moet hebben en binnen een reagerende omgeving zal moeten werken met het juiste materiaal op bepaald water)

De scores kun je voor de spelers t.o.v. de peergroup doen en je kunt zelf de data ‘slicen en dicen' aan de achterkant voor de parameters die je zelf relevant vindt. Je kunt je goed voorstellen dat de interactieve omgeving van een vlot bouwen al een grote hoeveelheid zinvolle data oplevert.

We hebben eveneens een omvangrijk researchrapport van TNO over het meten en waarderen van data over “creatieve prestaties” dat voor GN ook interessant is. Dit sturen we van harte toe. Let wel, het is 150 pagina’s lang.

Wellicht ten overvloede, bovenstaand is een schets en voorbeeld van een vertaling, geen concreet voorstel aangezien die pas in de samenwerking concreet zal worden ontwikkeld.

**Intake en Ontwerpfase**

**Deliverables voor fase 1**

1. **Voorzet voor een concept**

In deze fase worden er gesprekken gevoerd tussen de artists/game designers en GN om enige toelichting op de huidige vragen die GN aan de kandidaten stelt om inzicht op BPS te krijgen. Vervolgens maken de artists en game designers een ontwerp. Vervolgens maken de artists en game designers een ontwerp.

Overall platform concept & eerste 3 minigames voor de persoonlijkheids kenmerken. In totaal is in de initiele offerte aangegeven dat wij 2 mini games per kenmerk aanraden.

* 1. Hoe kunnen wij er voor zorgen dat d.m.v. gamification de inzichten bij GN zichtbaar worden en het management de data analyse kan uitvoeren?
  2. Werk het concept uit op papier
  3. Werk het concept uit in de vorm van een prototype/ paper prototype

1. **Breng de benodigde informatie in kaart**

Uitvraag van beschikbare huidige content en identificeren van de informatie behoefte.

* 1. Moeten we bijvoorbeeld interviews doen?
  2. Weten we voldoende over de competenties die getest moeten worden?
  3. Hebben we voorbeelden nodig?
  4. Hebben we een partner nodig bij de ontwikkeling van het concept? Denk hierbij aan bijvoorbeeld TNO?

1. **Presentatie van het concept**

In de ontwerpfase wordt de architectuur en enige grafische vormgeving ter - visuele - ondersteuning van de game- en applicatie architectuur.

* 1. Uitwerking van wireframes met geringen artwork ter ondersteuning van het platform en communicatie naar de klant
  2. Voorbeeld van minigames uitwerken