

## Aula 5

### Estratégias de Gamificação e Engajamento no Design

Prof. Victor Moreira

1

### Design motivacional na gamificação

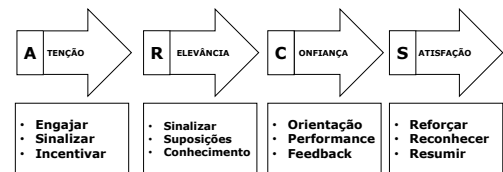
2

### Design motivacional

- A motivação é o que determina a magnitude e a direção do comportamento. Magnitude é (geralmente) considerada como um degrau do esforço, e direção é geralmente definida em termos de orientação por meta (Keller, 2010 p. 22)

3

### ARCS Keller (2010)



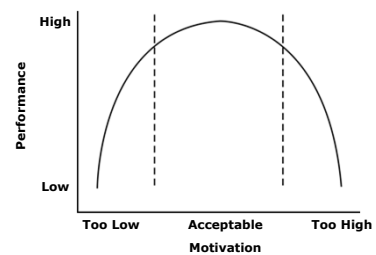
4

### ARCS Keller (2010)

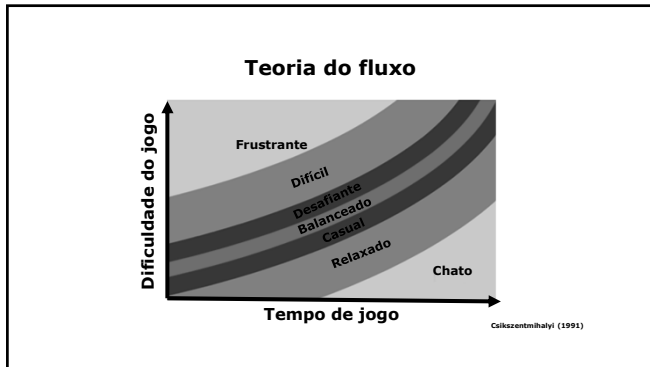
- Definição: buscar por informações para embasar estratégias para a aplicação da motivação
- Design: garantir que a gamificação atinja os objetivos por meio da motivação proposta
- Desenvolvimento: aplicamos o modelo de motivação à aplicação
- Piloto: criamos e testamos uma aplicação, a fim de verificar se os materiais e técnicas usadas cumprem o objetivo

5

### Influência ao longo do tempo



6



7

**Design de motivação**

- Motivadores intrínsecos e extrínsecos
- Diferentes contextos ou diferentes usuários
- As motivações devem se apresentar conforme o contexto inserido

8

**Canvas de gamificação**

9

**Model Business Canvas**

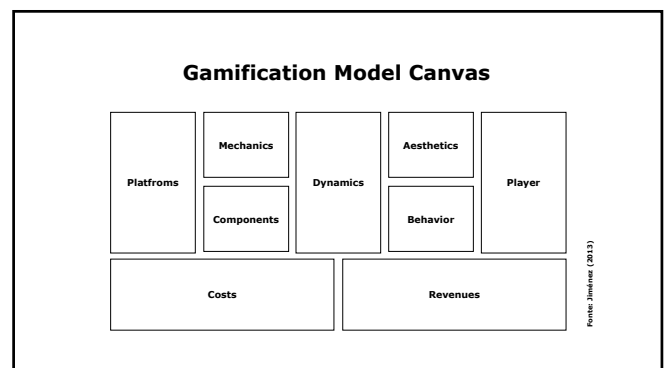
- Criar um quadro com os principais pontos do negócio pretendido
- Visão geral do seu negócio
- Pontos fortes e fracos

10

**Gamification Model Canvas**

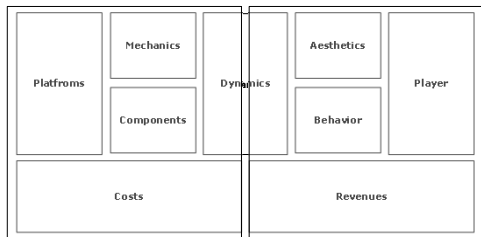
- Jiménez (2013)
- Modelo MDA (*Mechanics, Dynamics and Aesthetics*)
- Model Business Canvas

11



12

### Gamification Model Canvas



13

### O Framework 6D (parte 1)

14

### Framework 6D

- "For the win. How game thinking can revolutionize your business"
- Kevin Werbach e Dan Hunter
- Seis ações para criar um *design* de gamificação

15

### Seis principais passos

- 1. Definir objetivos do projeto (*define business objectives*)
- 2. Delinear o comportamento do alvo (*delineate target behavior*)
- 3. Descrever seus jogadores (*describe yours players*)

16

### Seis principais passos

- 4. Criar ciclos de atividade (*devise activity cycles*)
- 5. Não se esquecer da diversão (*don't forget the fun*)
- 6. Implantar ferramentas apropriadas (*deploy the appropriate tools*)

17

### 1. Definir objetivos do projeto (*define business objectives*)

- 1. Listar os objetivos
- 2. Fazer um *ranking* dos objetivos
- 3. Excluir mecânicas de jogo, atreladas a objetivos, que não são pertinentes
- 4. Justificar os objetivos



18

## 2. Delinear o comportamento do alvo (*delineate target behavior*)

- Comportamento que será incentivado
- Definir métricas para mensurar a adesão
- Compartilhamento



what is my name / Shutterstock

19

## 3. Descrever seus jogadores (*describe yours players*)

- Público-alvo
- Dados demográficos, de faixa etária e tipos de comportamento
- Personas ou perfil de jogador (Bartle, 2005)



Mendes (2020)

20

## O Framework 6D (parte 2)

21

## 4. Criar ciclos de atividade (*devise activity cycles*)

- Loops de engajamento

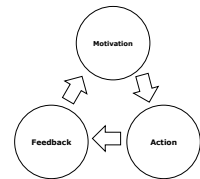
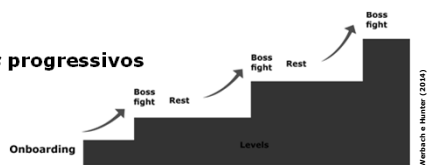


Figura 4: Ciclo de atividade. Fonte: Werbach e Hunter (2014)

22

## 4. Criar ciclos de atividade (*devise activity cycles*)

- Loops progressivos



Werbach e Hunter (2014)

23

## 5. Não se esquecer da diversão (*don't forget the fun*)

- "O que torna um jogo divertido?"
- "Como sabemos um tipo específico de diversão quando o vemos?"



what is my name / Shutterstock

24

### 5. Não se esquecer da diversão (*don't forget the fun*)

- ▀ Sensação
- ▀ Fantasia
- ▀ Narrativa
- ▀ Desafio

Hunicke, Leblanc e Zubek (2004) os mesmos autores do modelo MDA

25

### 5. Não se esquecer da diversão (*don't forget the fun*)

- ▀ Irmandade
- ▀ Descoberta
- ▀ Expressão
- ▀ Submissão

26

### 6. Implantar ferramentas apropriadas (*deploy the appropriate tools*)

- ▀ Criar sistemas replicáveis
- ▀ Validar premissas
- ▀ Processo iterativo
- ▀ Equipe multidisciplinar



27

### 6. Implantar ferramentas apropriadas (*deploy the appropriate tools*)

- ▀ Ter uma boa equipe
  - Pessoas que entendem os objetivos do negócio
  - Uma compreensão do seu público-alvo de jogadores e os fundamentos da psicologia
  - *Designers* de jogos e pessoas criativas

28

### 6. Implantar ferramentas apropriadas (*deploy the appropriate tools*)

- Especialistas em análises capazes de entender os dados que seus sistemas gamificados
- Tecnólogos capazes de implementar sua visão do negócio

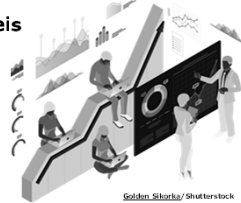
29

**Gamificação em negócios**

30

### Descobrir métricas existentes

- Métricas compreensíveis
- Eficácia em tarefas
- Incentivo



31

### Incentivar equipes a atingir metas

- Agenda de metas
- Progressão de metas
- Pés na realidade



32

### Motivando o comportamento individual e coletivo

- Capacitar
- Exercitar
- Reconhecer
- Indivíduo para o grupo



33

### Aumentar o engajamento do usuário

- Ferramentas de motivação
- Valorização da equipe
- Compartilhamento



34

### Aplicando a gamificação em uma empresa

1. Crie as regras: nenhum jogo funciona sem regras e o mesmo acontece nas empresas
2. Defina as metas: as metas devem ser reais e alcançáveis
3. Estimule o *feedback*: fornecer um *feedback* sobre cada ação realizada

35

### Aplicando a gamificação em uma empresa

4. Incentive a participação: a cobrança por desempenho deve surgir de forma divertida e lúdica, de maneira que a adesão seja espontânea
5. Provoque o aprendizado: incentive o aprendizado e a troca de conhecimentos
6. Premie: as recompensas ou algum tipo de premiação individual ou coletiva devem ser o cerne

36