

Самый ценный ресурс сейчас уже не деньги и даже не время. Это внимание. Оно перерастает в вовлеченность, связано с мотивацией, а значит и с эффективностью.

Для корректировки поведения сотрудников и повышения качества работы можно применять финансовую стимуляцию. Этот метод не универсален и плохо подходит для обучения персонала. Заинтересовать людей и увлечь их образовательным процессом помогает геймификация в курсах. Так называют внедрение игровых элементов в неигровую деятельность. И это самый растущий тренд при повышении подготовки персонала, особенно если среди сотрудников много молодежи.

Геймификация зародилась не в наши дни и даже не в этом веке. Впервые мир узнал о ней в 1973 году из книги "The game of work", написанной в Америке основателем одноименной консалтинговой фирмы. С тех пор работодатели применяют игровые механики во взаимодействии с персоналом для повышения его настроения, а значит и улучшения подхода к работе.

Разумеется, все можно купить за деньги, в том числе и мотивацию. Но денег всегда не хватает, а иногда их просто нет. Однако мотивировать сотрудников и содействовать их обучению нужно всегда. Да и высокие технологии с развитием игровой индустрии поспособствовали востребованности геймификации в электронных курсах и ее широкому внедрению в корпоративный мир. Меняются и люди, например новые поколения Y и постмиллениалы наиболее восприимчивы к игровым приемам. Взрывной рост популярности геймификации обусловлен тем, что она действительно помогает переключить внимание от рутинных задач и мобилизовать его на то, что нужно.

Пример

Чаще всего, пожалуй, геймификация применяется для молодых сотрудников в сфере продаж. Это соревнования сейлзов с разными игровыми наградами-ачивками за достигнутые показатели. Ачивки подаются в игровой упаковке, сродни бонусам из какой-нибудь игры или званиям, статусам. В таком случае еще работает механизм востребованности самореализации, общественного подтверждения твоих заслуг и одобрения поступков. Заработанные титулы, пусть и забавно звучащие, вплоть до императора Вселенной, нужное ощущение создают, причем почти бесплатно. Затраты на креатив по придумыванию игровой оболочки всего этого действия намного меньше соответствующих денежных премий.

Плюсы геймификации в обучении сотрудников

Два основных преимущества [геймификации в курсах](#) - эффективность, особенно в работе с молодежью, а также невысокие затраты.

Чтобы подтолкнуть молодого сотрудника научиться чему-то новому, нужно выиграть битву за его внимание. Они и так перегружены работой, своими проблемами и потребностями. Чрезмерная перенасыщенность информацией делает традиционное обучение совсем непривлекательным процессом. Хочется "переключиться" и во что-то поиграть. Тут уместно упаковать образовательный процесс в игровую форму или хотя бы обогатить его игровыми механиками. Использовать естественную склонность человека к любопытству, чтобы сотрудник сам захотел узнать то, что надо. Такое случается при обучении в формате квеста, например. А другой вариант, когда в программном продукте, который требуется изучить, спрятаны игровые элементы, за нахождение и успешное "прохождение" которых полагаются ачивки-достижения, хорошо подходит для удаленных сотрудников, то есть не требует присутствия в офисе. Даже ролевые игры возможны по скайпу, было бы желание и фантазия. А готовые решения, вроде игровых корпоративных соцсетей, выглядят универсальным вариантом для эффективных коммуникаций с удаленными сотрудниками, в том числе и образовательных.

Подробнее про геймификацию в электронных курсах обучения персонала можно узнать на crrm.ru .