

«Вся наша жизнь — игра»: как использовать элементы геймификации в HR



В HR геймификация может сыграть свою роль в обучении и развитии, адаптации и мотивации персонала. Вместе с руководителем направления развития кадрового потенциала СЗН ФЦК СЗ **Натальей Добкиной** рассмотрим, как элементы игры помогают в управлении сотрудниками, какие методы работают и какие преимущества стоит извлечь из этого подхода

В последнее время игровые элементы стали активно внедряться в различные сферы деятельности и бизнеса, включая управление персоналом. В основе подхода — использование соревновательных аспектов, вознаграждений, целей и достижений, которые стимулируют интерес и участие.



Ключевые задачи HR, которые решает геймификация:

- 1. Повышение вовлечённости сотрудников.** Традиционные методы работы и обучения могут быть скучными и утомительными. Использование игр притягивает внимание, вовлекает сотрудников в процесс и делает его более интересным и захватывающим.
- 2. Мотивация к обучению и развитию.** Геймификация создаёт дополнительные стимулы, чтобы сотрудники активно участвовали в обучающих программах и улучшали свои профессиональные навыки. Прогресс в обучении отслеживается и поощряется, что мотивирует к достижению новых высот.

3. Повышение продуктивности и эффективности работы.

Соревновательные элементы и системы наград мотивируют сотрудников выполнять работу качественнее.

4. Адаптация новых сотрудников.

Геймификация может облегчить этот процесс, сделать его более наглядным и увлекательным. Новые сотрудники быстрее осваиваются в компании и становятся полноценными членами команды.

5. Укрепление командного духа.

Совместные игры, задачи и конкурсы способствуют сплочению команды, улучшению коммуникации и формированию положительных взаимоотношений среди сотрудников.





Самые популярные методы и приёмы геймификации в HR:

- ▶ **Базовые поощрения.** Рейтинги, статусы и бонусы за выполнение определённых работ.
- ▶ **Достижения.** Оценки, которые можно продемонстрировать — очки, бейджи, значки — как маркеры завершённой командной или индивидуальной работы, в качестве вознаграждения после запланированного испытания.
- ▶ **Рейтинги.** Соревнование между сотрудниками отдела по важному для компании показателю. Важно задействовать всех и помнить, что может произойти демотивация — лидирующие слишком боятся потерять позиции, а те, кто внизу списка, думают, что подняться вверх невозможно.
- ▶ **Квесты.** Важно позиционировать каждый квест не как соревнование, а как совместное увлекательное путешествие.
- ▶ **Бонусы.** Компании начисляют сотрудникам бонусы в рамках программы лояльности. Бонусы раздают за продолжительность работы в компании, за хорошую рекомендацию, за выступления на мероприятиях и другие важные заслуги.
- ▶ **Соревнования.** Хорошие отзывы получают хакатоны — формат командной работы с поставленной целью, где все движутся в одном направлении, а самые активные награждаются, например, поездкой на экскурсию.

Внедрение игровых механик в процессе управления персоналом подразумевает несколько обязательных этапов.



Основные шаги при запуске геймификации:

1. **Определение целей.** Перед внедрением геймификации важно понять, каких целей вы хотите достичь. Например, это может быть повышение мотивации, улучшение производительности или облегчение адаптации. Чётко сформулированные цели помогут выбрать подходящие игровые механики.
2. **Выбор игровых элементов.** В зависимости от целей можно выбрать рейтинговые таблицы, награды, конкурсы или задания с уровнями сложности. Важно учитывать интересы сотрудников и сделать геймификацию мотивирующей, а не для галочки.
3. **Создание системы вознаграждений.** Люди лучше реагируют на положительное подкрепление, поэтому система вознаграждений должна быть хорошо продуманной. Важно, чтобы награды соответствовали вкладу сотрудников. Поскольку речь идет об игре, то и награды могут быть условные: баллы, уровни, статусы и др. В то же время, определённая сумма баллов может давать реальные выгоды — билеты на мероприятия, место на парковке, дополнительный выходной и т.д.
4. **Отслеживание результатов.** Эффективность геймификации необходимо регулярно анализировать. Можно использовать метрики, такие как уровень вовлечённости, производительность, завершённые обучающие программы и текучесть кадров.



Продолжение темы читайте в телеграм-канале HR-Пространство