

GAMIFICATION IS 80% PSYCHOLOGIE EN 20% GAME MECHANIEKEN

An Coppens is de Chief Game Changer bij Gamification Nation Ltd. Het in Londen gevestigde bedrijf levert gamification design diensten, game design en een online gamification support community aan klanten wereldwijd. Ze werkte voor bedrijven als Arthur Andersen Business Consulting, Philips Electronics, American Express en Modern Times Group. Daarnaast is ze ook een met een prijs bekroonde bedrijfscoach, een leer- & ontwikkelingsprofessional, een auteur, spreker en blogger over gamification bij gamificationnation.com.

Wat is gamification?

Gamification is de combinatie van game psychologie, game dynamiek en game mechanieken om een niet-spel doel te bereiken. Het hoofddoel is niet de 'fun' van het spel maar een doelgerichte activiteit of dit nu leren, marketing of rekrutering is. Game mechanieken die je toevoegt aan een cursus zullen een sociale dynamiek koppelen aan een leerobject. Bijvoorbeeld door een leaderboard te introduceren, introduceer je competitie. Emoji's zullen een sociale peer-to-peer feedbackloop genereren. De game psychologie heeft als doel om te kijken naar 'wat wil je dat de deelnemer doet, wat wil je er mee bereiken?'. Gamification is 80% psychologie en verstaan van je speler en je doel en 20% mechanieken die je toevoegt.

Waarom koos jij voor gamification?

Als trainer, manager en learningdesigner heb ik veel in projecten gamification gebruikt. Als tijdens een training de informatie niet werd opgenomen of de training verliep niet goed, speelde ik een spel om de materie op een andere manier over te brengen, door een ander format te gebruiken. En ik zag dat dit werkte.

Hoe bouwen jullie een training op die gebruik maakt van gamification?

We beginnen in eerste plaats zoals met elke learning design: wat zijn de objectieven, wat moet de persoon leren? Op de tweede plaats wat interesseert de medewerker die iets moet leren? Het gebruikers over het gedrag en wat de mensen motiveert en hoe kunnen we dit combineren is heel belangrijk. Voor een klant in India deden we zo een onderzoek waaruit bleek dat een bepaald game heel populair was onder de medewerkers. Aan de hand van die info werd een high-level concept design opgemaakt met knowledge duels, kwissen om de kennis te toetsen waarna dit allemaal werd omgezet naar scenario's. Dit wordt dan voorgelegd aan de klant en als deze dit valideert, wordt een game design document gemaakt waarin alles wordt beschreven van puntensystemen, leertrajecten, ... Wordt dit document goedgekeurd dan begint de content development. Alles wordt steeds afgetoetst met de klant alvorens naar een volgende fase over te gaan. Heel belangrijk is dat er minstens één medewerker van de klant deelneemt aan het projectteam want zo krijg je directe feedback.

Welke elementen in het 'design' zijn het belangrijkste volgens jou?

Wij starten geen project op als we geen gebruikersonderzoek mogen doen. Als er geen enquête, geen vraagstelling is gebeurd dan weten we dat we blind designen. Vanuit de research worden dan de game mechanieken bepaald die de eindgebruiker het meest aanspreken. Het tweede element is het bepalen van het doel van het spel, wat wil je er mee bereiken en



wie heb je als eindgebruiker. Een Copy / paste van een game van de ene klant naar de andere klant werkt niet. Maar wat wel opvalt is dat twee motivaties steeds terugkeren bij verschillende klanten: sommige mensen leren om zichzelf te verbeteren en sommige mensen leren specifiek carrière-gericht. Als je op deze twee punten inspeelt heb je meer kans op succes. Maar competitie, collaboratie, zulke softe nuances moet je altijd gaan bekijken per klant en dit zijn de game mechanieken waar je meer kan spelen.

In een interview vertelde je dat 'leaderboards' niet altijd het best gamification-element is.

Leaderboards in een leeromgeving, zouden eigenlijk enkel mogen bestaan voor de inhoud. Je laat deelnemers een rating geven op de modules want die inhoudelijke feedback heeft het trainingsteam nodig om de content te verbeteren. Door een leaderboard te introduceren, creëer je competitie. Competitie voor wat?

Iedereen leert op zijn eigen niveau met of zonder voorkennis. De leaderboard zal de top motiveren om toch maar die eerste plaats te behalen maar voor andere deelnemers kan het zelf demotiverend werken. Qua eigenwaarde helpt het niet en in een corporate omgeving wil je dat de medewerkers zich goed voelen en gemotiveerd voelen om iets nieuw te proberen. Het kan zelfs gedrag versterken die je net niet wenst.

Jullie gebruiken gamification in changemanagement en employee engagement. Hoe gaat dit te werk?

Doorheen de jaren heb ik een formule uitgewerkt. De eerste stap is het waarom uitleggen, de tweede is een ontevredenheid creëren met wat je hebt want als er geen ontevredenheid is zal er ook geen verandering optreden. De derde stap is uitleggen dat dit de eerste fase is naar iets nieuws toe. Gamification helpt de switch naar een nieuwe situatie gemakkelijker maken. Je moet strategisch kijken wie die stap tot verandering als eerste wil zetten, wie is de goede leidinggevende om als eerste die nieuwe stap te gaan promoten? De eerste golf van gamification wordt op hen toegepast. De tweede golf is voor de beïnvloeders waar je heel gerichte feedbackloops op toepast: positieve feedback voor gewenst gedrag en sancties voor het niet-gewenste gedrag.

Hoe gaan neurologie en gamification samen?

Als je echt zou willen testen of gamification werkt, zou je mensen aan sensoren moeten koppelen om te kijken welke stukken van de hersenen worden geactiveerd bij het spelen van een spel. Wat we weten is dat mensen het leuk vinden om die dopamine-rush te krijgen als ze

iets goed gedaan hebben. In het verstand worden linken gelegd door dingen die we al weten en deze te connecteren met nieuwe dingen die we leren. Dus hoe meer connecties je hebt, hoe dieper je leert. En hier kan gamification echt in helpen door middel van de feedbackloops. De feedback geeft aan waar je de nieuwe kennis volledig kan toepassen en waar net niet. Interessant is ook het feit dat alle mensen leuk, plezier anders registreren in de hersenen. Daarom is het ook heel moeilijk om te designen om iets 'fun' te maken.

Welke cijfers zou je graag meegeven om L&D departementen te overtuigen gamification te proberen?

Uit onderzoek weten we dat door het gebruik van gamification er 10% verbetering is in het onthouden van materiaal en een verbetering van 15% in het terug naar voor brengen van het materiaal. Ook weten dat gamification beter wordt gepercipieerd bij 40+ en 50+ ers dan bij jongeren omdat het voor de jongeren business as usual is en de werkplaats-games niet dezelfde beleving hebben als de games die ze thuis spelen. Voor de oudere generatie is het meestal volledig nieuw. ■



Joris Sven is digitaal L&D advisor bij BNP Paribas Fortis met een focus op het creëren van digitale leercontent in blended learning tracks. Daarnaast trotse vader van twee zonen, fervent gamer en tuinier.



GRATIS
proefles
op nha.be

CURSUS TOP

10

- 1 **Boekhouden Basiskennis** € 149
5x € 29,80 of ineens
- 2 **Bedrijfsbeheer (Start je eigen zaak)** € 139
6x € 23,20 of ineens
- 3 **Frans, Spaans, Engels, Duits, Italiaans, enz** € 219
12x € 18,25 of ineens
- 4 **Praktische Psychologie** € 189
12x € 15,75 of ineens
- 5 **Vertegenwoordiger** € 319
6x € 53,20 of ineens
- 6 **Administratief Bediende** € 349
12x € 29,10 of ineens
- 7 **Nederlands Foutloos Schrijven en Spreken** € 199
6x € 33,20 of ineens
- 8 **Office** € 189
5x € 37,80 of ineens
- 9 **Middle Management** € 299
6x € 49,85 of ineens
- 10 **Online Marketing** € 319
9x € 35,45 of ineens

Kies uit 350 cursussen om thuis te leren op je eigen tempo.

Een greep uit ons aanbod

Secundair Onderwijs

- BSO Nederlands
- BSO Wiskunde

Computer & Internet

- AutoCAD
- Excel, Windows, Office
- Webdesign, Apps Maken

Beroepscursussen

- Basiskennis Management
- Boekhouden
- Dierenverzorging
- HRM (Personeelsmanagement)
- Vastgoedbediende

Taalcursussen

- Duits, Engels, Frans, Italiaans, Spaans, enz.

Eigen Zaak Starten

- Budgetcoach
- Gewichtconsulent
- Kindercoach
- Lifecoach
- Personal Trainer

KMO-PORTEFEUILLE
20 OF 30% KORTING

Kies een cursus of opleiding op www.nha.be
Secundair Onderwijs • Beroepscursussen • Eigen zaak • Talen • Hobby