

Gamification: sviluppare engagement per l'apprendimento in azienda

di Flaminia Fazi, CEO di U2COACH

IMPLEMENTARE NUOVE STRATEGIE

per promuovere l'apprendimento in azienda è indispensabile, soprattutto nella fase attuale, caratterizzata da carichi di lavoro crescenti, pressioni maggiori sui risultati di business, misurazione della qualità anche dei servizi erogati ai clienti interni, valutazione delle performance sempre più diffuse ed esigenti, tempo di lavoro che erode il tempo per la vita privata. Se a questo quadro si somma la difficoltà delle direzioni Risorse Umane nel gestire budget ridotti per la formazione e l'empowerment, si ottiene la **consapevolezza forte dell'importanza di coinvolgere i lavoratori, di qualsiasi livello gerarchico, in interventi che siano percepiti come coinvolgenti, effettivamente capaci di dare del valore aggiunto alla qualità della vita lavorativa quotidiana e di realizzare apprendimenti strategici sia a livello individuale sia a livello di team.** Giornate lavorative intense devono poter trovare, nella formazione e negli altri momenti di empowerment, elementi significativi di crescita e di facile e divertente fruizione, affinché sia mantenuto quel senso di distrazione dal "lavoro" e contemporaneamente venga percepito come tempo prezioso ben investito.

Nel mondo della formazione si fa spazio la **Gamification**, già utilizzata dalle aziende per creare coinvolgimento su alcune fasce di clienti, sfruttando le grandi possibilità offerte dalla diffusione delle applicazioni sui dispositivi mobili e la cultura del gioco elettronico che in modo crescente negli ultimi trent'anni ha contagiato trasversalmente le persone in ogni luogo del pianeta. Una contaminazione che nella formazione trova il campo spianato dai successi delle at-

tività esperienziali e outdoor e risponde al bisogno di introdurre **modalità di fruizione dell'apprendimento e linguaggi più vicini alla cultura dei millennials e dei nativi digitali** che in Italia, con qualche ritardo rispetto ad altri Paesi, aumentano la loro influenza in azienda.



La **Gamification** può anche essere intesa come una vera e propria **evoluzione dell'E-Learning**, particolarmente adatta all'apprendimento di concetti, criteri, conoscenza, del sapere e del saper fare. Può essere applicata anche a supporto di programmi centrati sullo sviluppo del saper essere e del saper diventare, almeno per quanto attiene alle parti degli interventi che hanno maggiore impatto sul livello di coinvolgimento e di motivazione alla partecipazione, ri-progettando il modo di proporlo e la logica dei contenuti.

Così come per le attività di outdoor, è importante mantenere il focus sul fine ul-

timo dell'intervento, cioè quello **dell'apprendimento in grado di modificare in modo mirato i comportamenti organizzativi** senza farsi ammalare da attività meramente attraenti e ludiche.

Questa apertura alla Gamification come GamEducation richiede particolare attenzione da parte degli **stakeholder affinché l'apprendimento sia finalizzato all'efficacia organizzativa e rispetti quel senso di responsabilità nei confronti dell'uso del tempo e delle risorse economiche e individuali sempre più preziosi e scarsi.**

Trovare questi equilibri produce risultati interessanti e permette di ottimizzare l'uso di diverse risorse oltre a rispecchiare un bisogno nuovo di vivere la dimensione del lavoro, come spazio di arricchimento, di espressione dell'intelligenza, di allenamento alla crescita individuale e professionale, di incontro di culture diverse, di auto-realizzazione attraverso l'azienda e il ruolo.

È per questo che negli ultimi anni **U2COACH ha integrato nelle proposte mirate allo sviluppo del capitale umano veri e propri giochi, come il Lego o gli Scacchi, e anche una metodologia di progettazione degli interventi che segue i processi caratteristici della Gamification e dell'apprendimento sociale**, grazie a programmi in cui il mix equilibrato di tecnologie riesce a coinvolgere ogni tipologia di partecipante con eleganza ed efficacia.


www.u2coach.it