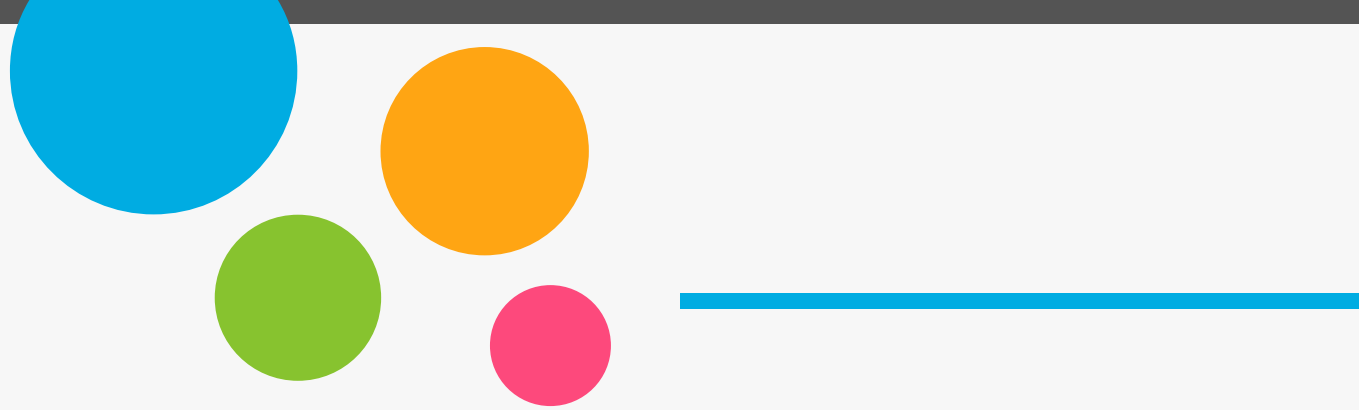






O que é Gamificação?





Gamificação é diferente de joguinho!

Gamificação é a aplicação de técnicas presentes nos jogos em um ambiente de vida real e vai além de estabelecer pontos por metas cumpridas. Ela compreende diferentes abordagens de desafio e motivação, dentro de um universo lúdico, para modificar ou aprimorar o conhecimento, engajamento e a produtividade individual e coletiva.



Pontos



Medalhas



Ranking





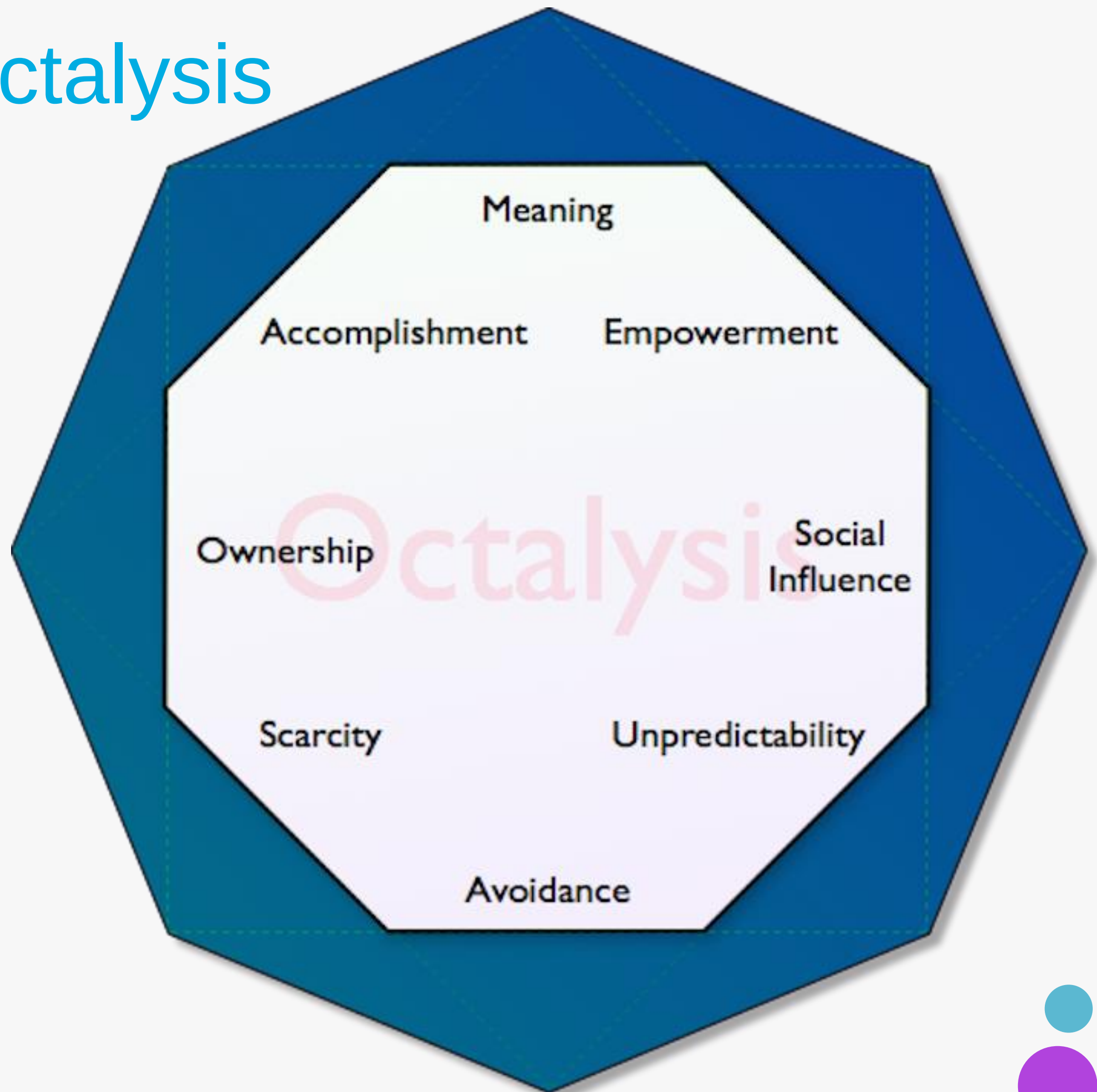
Yu-Kai Chou

Gamification expert

Autor e palestrante sobre Gamification. Ele é o criador do Octalysis, o principal framework sobre gamificação.

Sobre Octalysis

1. Significado épico
2. Desenvolvimento
3. Empoderamento
4. Posse
5. Influência social
6. Escassez
7. Imprevisibilidade
8. Perda





Principais pilares

1. Significado épico

2. Desenvolvimento

3. Empoderamento

4. Posse

5. Influência social

6. Escassez

7. Imprevisibilidade

8. Perda

É quando um jogador acredita estar fazendo algo maior que ele ou foi “escolhido” para fazer algo. Um sintoma disso é um jogador que dedica muito do seu tempo a manter um fórum ou ajudando a criar coisas para toda a comunidade.



Principais pilares

1. Significado épico

2. Desenvolvimento

3. Empoderamento

4. Posse

5. Influência social

6. Escassez

7. Imprevisibilidade

8. Perda

Desenvolvimento e Realização é o impulso interno de progredir, desenvolver habilidades e, eventualmente, superar desafios. A palavra "desafio" aqui é muito importante, pois um distintivo ou troféu sem um desafio não é significativo. Onde se concentra principalmente os PBL.



Principais pilares

1. Significado épico
2. Desenvolvimento
- 3. Empoderamento**
4. Posse
5. Influência social
6. Escassez
7. Imprevisibilidade
8. Perda

O fortalecimento da criatividade é quando os usuários estão engajados em um processo criativo. As pessoas precisam ser capazes de ver os resultados de sua criatividade, receber feedback e responder por sua vez. É por isso que brincar com Legos e pintura é divertido em si.



Principais pilares

1. Significado épico
2. Desenvolvimento
3. Empoderamento
- 4. Posse**
5. Influência social
6. Escassez
7. Imprevisibilidade
8. Perda

Usuários são motivados porque sentem que possuem algo. Quando sente a propriedade, ela deseja, inatamente, tornar o que possui melhor e possuir ainda mais. Além disso, se uma pessoa gasta muito tempo para personalizar seu perfil ou seu avatar, ela automaticamente sente mais a propriedade também.



Principais pilares

1. Significado épico
2. Desenvolvimento
3. Empoderamento
4. Posse

5. Influência social

6. Escassez
7. Imprevisibilidade
8. Perda

Esse impulso incorpora todos os elementos sociais que impulsionam as pessoas. Quando você vê um amigo que é incrível em alguma habilidade ou possui algo extraordinário, você se torna levado a alcançar o mesmo nível. Temos o impulso de nos aproximar de pessoas, lugares ou eventos para nos relacionar.



Principais pilares

1. Significado épico
2. Desenvolvimento
3. Empoderamento
4. Posse
5. Influência social
6. Escassez
7. Imprevisibilidade
8. Perda

Este é o desejo de querer algo porque você não pode tê-lo. Muitos jogos têm Dinâmica de Nomeação (volte duas horas depois para receber sua recompensa) - o fato de as pessoas não conseguirem alguma coisa agora as motiva a pensar nisso o dia todo.



Principais pilares

1. Significado épico
2. Desenvolvimento
3. Empoderamento
4. Posse
5. Influência social
6. Escassez
- 7. Imprevisibilidade**
8. Perda

Se você não sabe o que vai acontecer, seu cérebro está envolvido e você pensa sobre isso com frequência. Esse impulso também é o principal fator por trás do vício do jogo. Além disso, essa unidade central é utilizada sempre que uma empresa executa um programa de loteria ou sorteio para envolver os usuários.



Principais pilares

1. Significado épico
2. Desenvolvimento
3. Empoderamento
4. Posse
5. Influência social
6. Escassez
7. Imprevisibilidade
8. Perda

Baseia-se na evitação de algo negativo. Poderia ser para evitar perder o trabalho anterior ou evitar admitir que tudo o que você fez até esse ponto era inútil porque agora você está desistindo. Além disso, as pessoas sentem que, se não agirem imediatamente, perderiam a oportunidade de agir para sempre.



Richard Bartle

Arquétipos de Bartle

É um escritor, professor e pesquisador de jogos britânico, autor de um livro seminal sobre criação de jogos, *Designing Virtual Worlds*. Desenvolveu um modelo de jogadores conhecidos como arquétipos de Bartle

Tipos de jogadores

1. Conquistadores
2. Exploradores
3. Socializadores
4. Assassinos





Tipos de jogadores

1. Conquistadores

2. Exploradores

3. Socializadores

4. Assassinos

São movidos por objetivos no jogo para se destacar dos outros jogadores, geralmente alguma forma de acumular pontos – sejam eles pontos de experiência, níveis ou mesmo cupons de desconto. Eles serão atraídos por um inventário de badges ou troféus, por exemplo.



Tipos de jogadores

1. Conquistadores

2. Exploradores

3. Socializadores

4. Assassinos

São conduzidos pela vontade de descobrir o máximo possível sobre o jogo, incluindo desde o mapeamento da área geográfica até a compreensão da mecânica. Eles são curiosos e vão querer entender o porquê e como cumprir um desafio proposto.



Tipos de jogadores

1. Conquistadores

2. Exploradores

3. Socializadores

4. Assassinos

Estão interessados em pessoas, e não que elas têm a dizer. O jogo é apenas um pano de fundo para socializarem com outros jogadores. Os socializadores são os maiores comentadores de status e os que motivam os desafios em time.



Tipos de jogadores

1. Conquistadores
2. Exploradores
3. Socializadores
- 4. Assassinos**

Talvez a espécie mais competitiva. Os Assassinos são movidos pela vontade de impor-se e ficam satisfeitos em proporcionar momentos de agonia e ansiedade nos outros jogadores. Para que eles ganhem, alguém precisa perder (e muitos “alguéns”). São presenças frequentes no top do leaderboard.



Case

Play2sell

Gameificação para capacitação

Como transformar a capacitação de times de vendas em algo divertido e engajador.

Problema X Solução

Vendedores despreparados e pouco produtivos

Negócios perdidos e clientes insatisfeitos

Falta de efetividade nos treinamentos tradicionais

Dificuldade em recrutar bons vendedores



APP gamificado para gestão e capacitação de times de vendas



A capacitação dos corretores

“A cada 10 clientes que vem fechar negócio conosco, 9 tem informações erradas fornecidas pelo corretor”

Alessandro Giuseppe
Construtora Pavei



Pilares da Play2sell

Gamification

Utilização de táticas dos jogos para situações reais de forma a aumentar o engajamento.

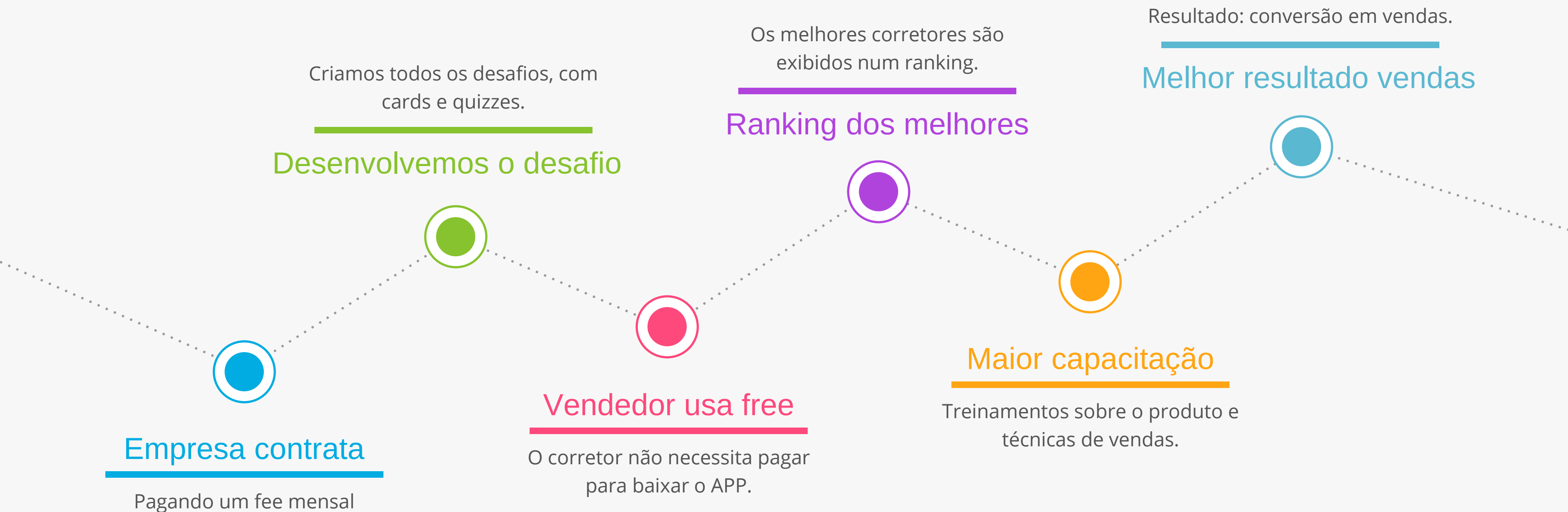
Microlearning

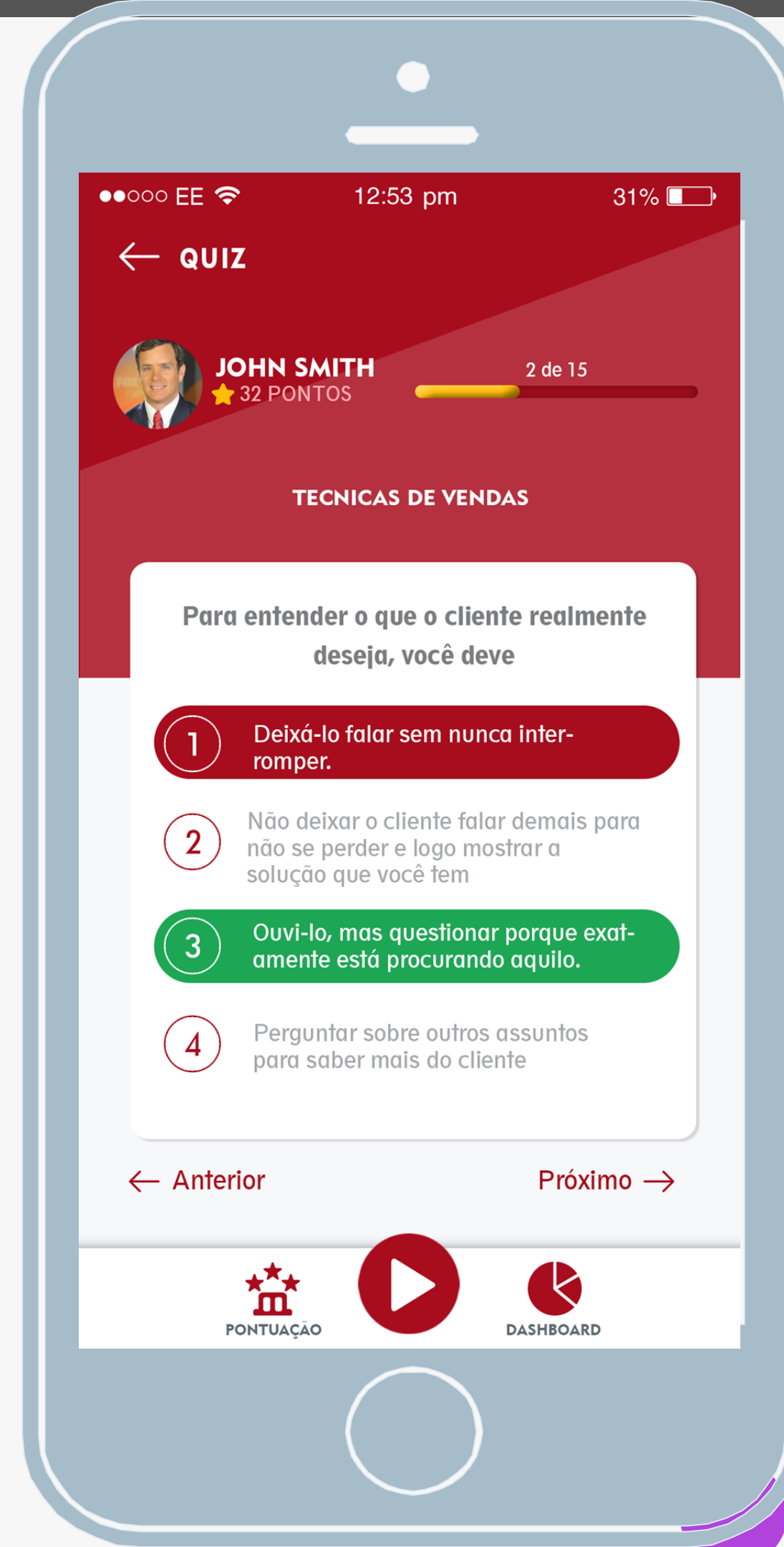
Ensino baseado em pequenas pílulas de saberes, utilizando micro-perspectivas de conhecimento.

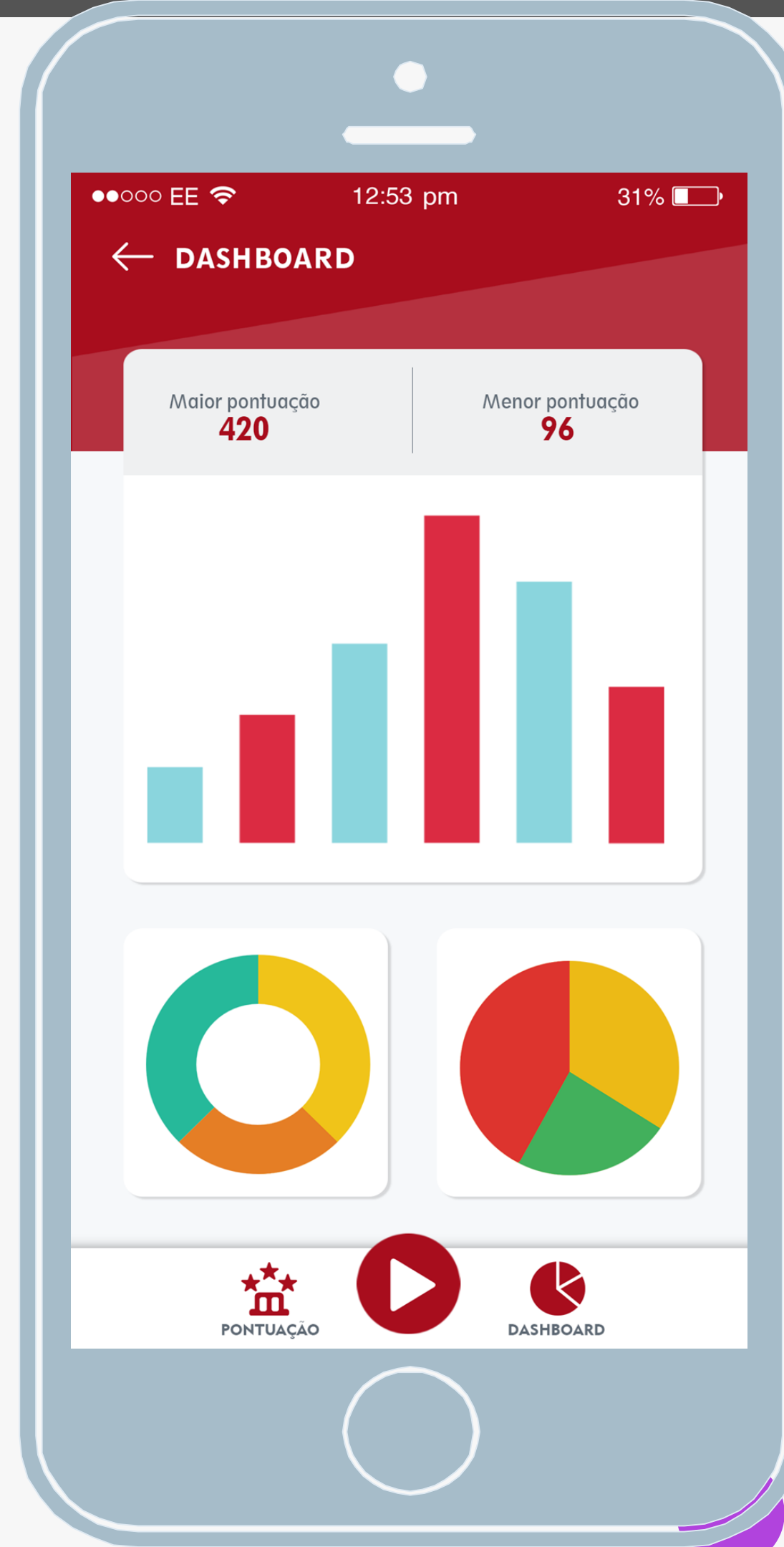
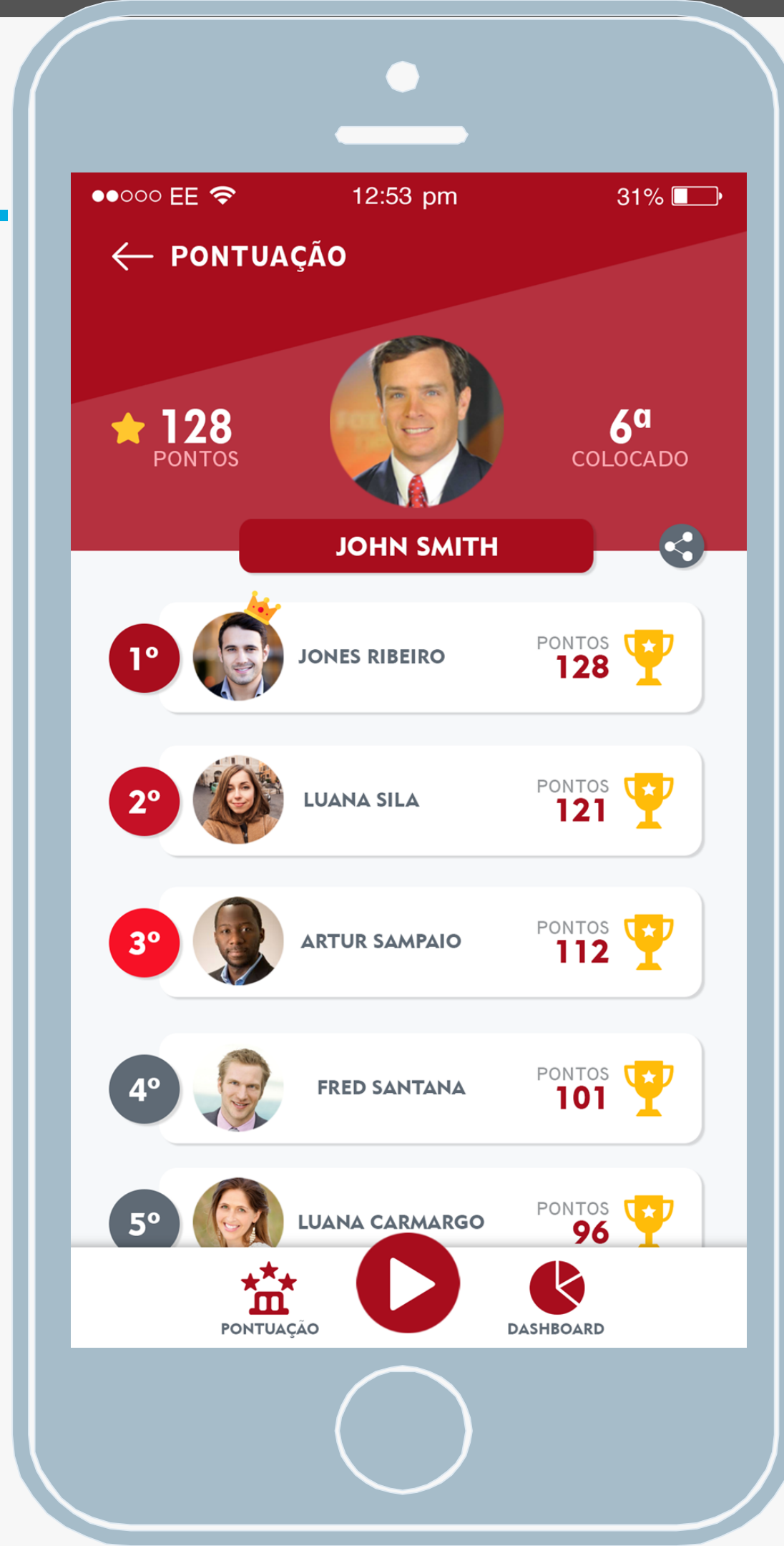
Mobile learning

Permite uma aprendizagem contínua, sem necessitar sair do local de trabalho para assistir treinamentos.

Como funciona? Quais resultados?







Octalysis Play2sell

1. Significado épico
2. Desenvolvimento
3. Empoderamento
4. Posse
5. Influência social
6. Escassez
7. Imprevisibilidade
8. Perda





Obrigado!
www.p2s.me



facebook.com/play2sell



twitter.com/play2sell



marketing@p2s.me



+55 11 98672-2420 | 96570-7705