



Gamification im E2.0 Kontext

inovex GmbH
2014

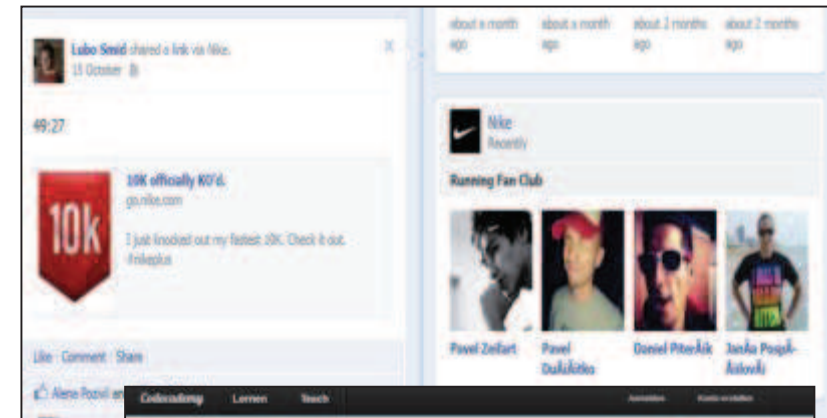
Raphael Schatz, Dr. Christoph Tempich

► Gamification – Definition

...spieltypische Elemente in spielfremden Kontext... (Mario Herger, Senior Innovationstrategie bei SAP)¹

► Anwendungsfelder Beispiele

- **Marketing** (Adidas Augmented Reality Schuhe, Nike+, McDonald's Monopoly, Telefonica 02 Top Up Ducks)
- **Bildung / Training** (Codecademy, Sony Wonderbook, Nintendo Gehirnjogging, Plantville, Bosch Value Concept Game)
- **Sport** (ZombieRun, Speedo Aquacoach, Nike+)
- **Websites** (Stackoverflow.com)
- **Entertainment** (We the Kings Musik Video)
- **Social Media** (Mafia Wars, FarmVille)
- **Arbeit** (Vertrieb: Salesforce, CRM: Badgeville, Wikis: Karma 1.0)



¹ Zitat: Mario Herger, 2012: <http://enterprise-gamification.com>; Bsp: inovex GmbH 2012; Screenshots: Nike+ on Facebook.com, codecademy.com, O2.co.uk

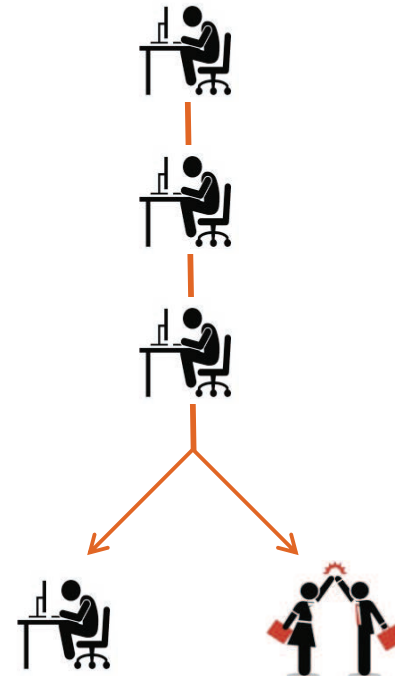
▸ Gamification unternehmensintern – das Motiv

- Motivationssteigerung eines Individuums zur Bewältigung einer Aufgabe
- Mehr Spaß und Engagement bei der Bewältigung einer Aufgabe
- Adoption neuer Technologien
- Erlernen neuer Fähigkeiten

Was kann der Arbeitsplatz vom Spiel lernen? ¹	SPIEL	ARBEIT
Aufgaben	Oft wiederholend, aber Spaß	Oft wiederholend, aber stumpf
Feedback	Ständig	Ein-zweimal im Jahr
Ziele	Klar	Teilweise klar, vage, widersprüchlich
Regeln	Transparent	Oft unklar
Fehler	Erwartet, ohne Konsequenz	Verboten, bestraft
Status des Nutzers	Transparent	Intransparent
Beförderungen	Meritokratisch	Über Status und Beziehungen

... im Enterprise 2.0 Kontext besonders gut geeignet.

- ▶ Ziel von Enterprise 2.0 ist
Transparenz / Kollaboration /
Kommunikation
- ▶ Spielelemente eignen sich hier um
Mitarbeiter aus „Autopilot Modus“ bei
täglicher Arbeit herauszureißen
- ▶ z.B. Benachrichtigungen an Gruppen
werden aus Gewohnheit per
Rundmail geschickt
=> Gamification um Gewohnheit zu
brechen und Nutzung von Foren,
Blogs oder Wikis zu fördern



Game Mechanics

- Game Mechanics sind die Grundmechanismen eines Spiels um Motivation und Spaß des Spielers zu steigern

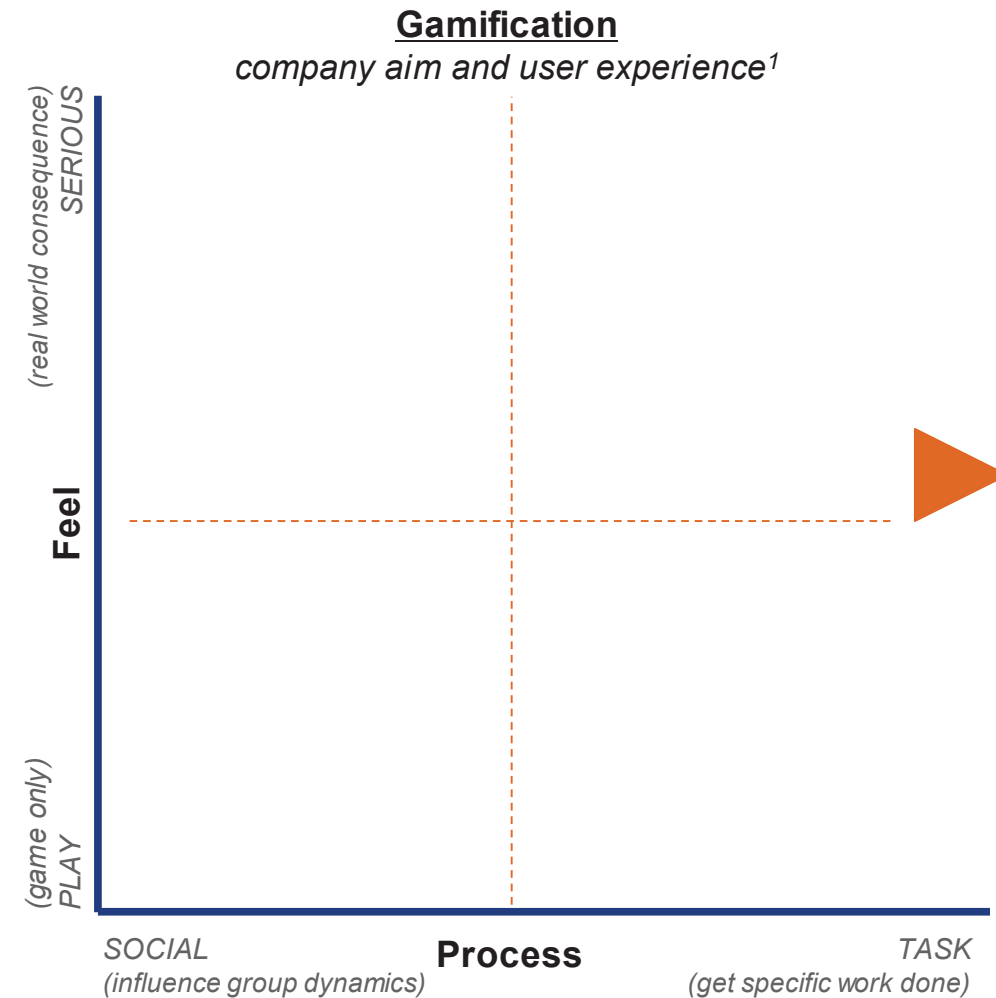
Gamification als Enabler für Social Business?

- Gamification kann gezielt eingesetzt werden um den Erfolg einer Social Business Plattform zu unterstützen

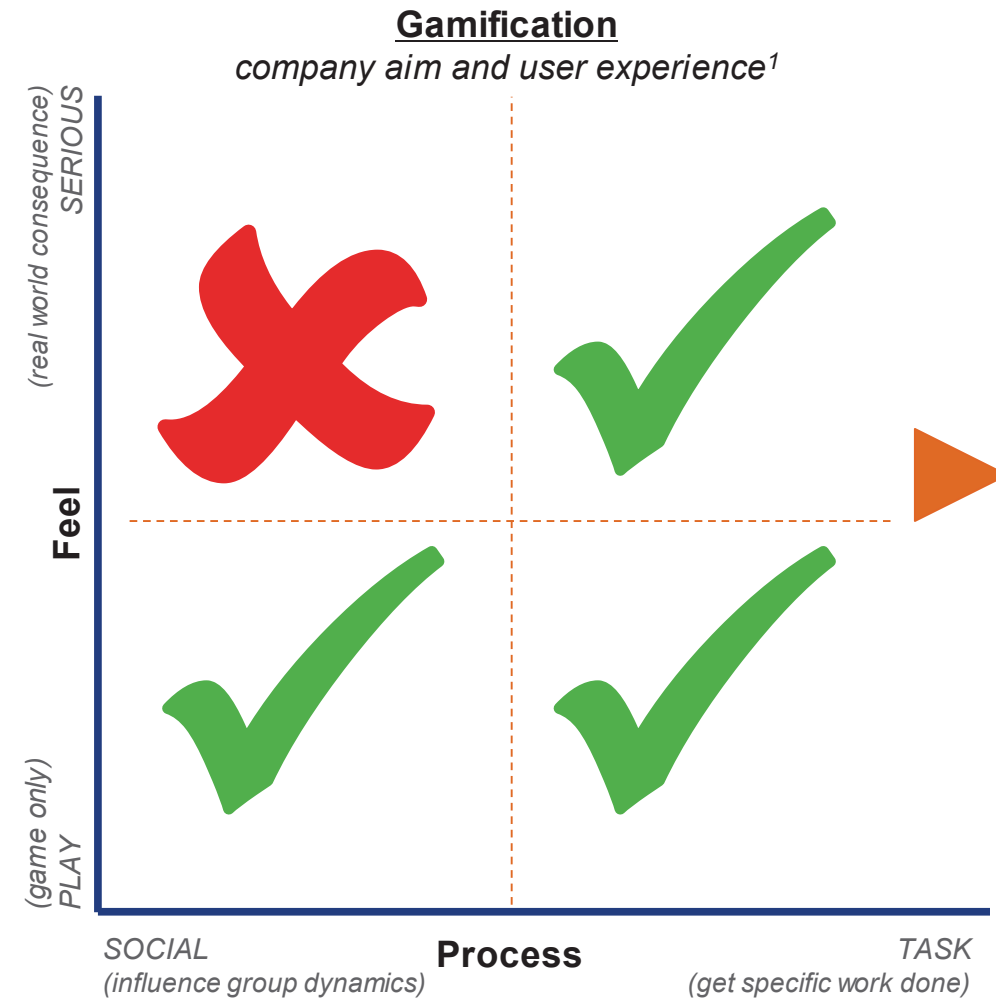
Anwendung im Unternehmen

- Von jeder Game Mechanic lassen sich konkrete Anwendungen ableiten, z.B.:
Mastery > Badges





- ▶ **E2.0 Gamification findet statt im Spannungsfeld von:**
 - a) Rationalen Zielen des Unternehmen (Process)
 - b) Der subjektiven Erfahrung des Anwender / MA (Feel)



- ▶ **Um Gamification von E2.0 erfolgreich anzuwenden sollten folgende Regeln beachtet werden:**
 - a) Am Anfang steht das Ziel - Gamification Maßnahmen müssen an konkrete (produktive) Unternehmensziele gebunden sein
 - b) Immer die subjektive Erfahrung der Anwender im Blick behalten, d.h. ein gesundes Maß an Ansporn finden, ohne negativ empfundenen Druck aufzubauen

Welche Plattform?

Bei der Auswahl der Plattform gibt es viele Kriterien¹

- ▶ Game Mechanics
- ▶ Funktionalität
- ▶ Programmierbarkeit
- ▶ Sicherheit
- ▶ Administration
- ▶ Architektur
- ▶ Preismodell

Bis zu 200 Anbieter unterschiedlichster Art von Gamification Software

Nicht alle Game Mechanics können allein per Plattform umgesetzt werden

Link	Company	Platform	Description (as of their website)	Website	More
	Adaptive	Dynamic Game Engine	Adaptive, the world's first behavioral Platform, makes it easy for content creators and other private businesses to measure, surface and influence any high-value user behavior.	University	
	Badges		Our goal is simple: help web publishers, marketers and developers grow and engage their customers. We offer a cost-effective, flexible and easy to use suite of tools to quickly build game mechanics into your online experiences and applications.	University, Websites, Communities	
	Behavioral	None	Behavioral gives marketers, media sellers, and employers the tools they need to drive high-value online engagement through gamification. Behavioral customers also enjoy rich and industry-leading gamification patterns to solve a wide variety of business problems, or discover new ways to leverage user behavior on their site.	University	
	Behavior		Behavior is a fast-growing community of app passionate who want to share their app experience with friends and discover people with the same interests and ideas to be their. Come and join Behavior, you will share your ideas, give good you like and get cool stuff instantly. Be Behavior, all interest!	Mobile	
	Card Behavior	Dynamic Game Engine	Card Behavior is an enterprise gamification platform for employee engagement in sales and customer service business processes.	Sales and Customer Service	Sales & Customer Service
	Context	None	The main business sector for ani - Content center and Call center - Sales Performance - Customer service - help Desk - knowledge - collaboration and Collaboration.		
	Context	None	A multi-restaurant food and software company that provides an employee-optimized web-accessible labor management platform specifically proved to increase sales and save managers countless hours of precious time.	Food/Restaurant	
	Feedback		Feedback is a web-based social performance management platform that helps companies improve performance through social goals, continuous feedback and meaningful recognition.	Social Performance Management	A feedback.com, capabilities
	Feedback	Behavior	For startup entrepreneurs level product Feedback is a unique white-label software app enabling game companies to leverage social networks as never before. Empower and reward players, fast-track acquisition costs, increase engagement, retention and overall network value.	Social networks	
	Feedback		The universal gamification platform for game engines for the web and the web. Provide Game Mechanics for a context for any website and also enabled applications.	University, Websites	
	Feedback		Feedback is a game as about going points, doing challenges and earning points. The game is played from a custom app on iPhone and Android as well as via text. It is a text message scavenger hunt instead of mines to guide you to a place.	Mobile	

Systematische Auswertung 200+ Plattformen nach gesonderten Kriterien



...und viele mehr!

¹Mario Herger, 2011, inovex GmbH 2013

- ▶ **Gamification im Unternehmen – Hype oder vielversprechender Ansatz?**
 1. Gamification ≠ Computer spielen! ...der Name kann fehlgedeutet werden
 - „Feedbackification“ – Visualisierung des Fortschritts (persönlich, Community, Prozess)
 2. Gamification = Nutzerbindung und Motivation (User Engagement)
 3. Gamification baut vor allem auf Darstellung und Design; seltener auf neu-Erfindung bestehender Prozesse

- ▶ **Potenzieller Mehrwert :**
 - Steigerung User Engagement (z.B.: Social Business / E2.0)
 - Feedback-Mechanismen: Transparent, Zeitnah, Objektiv, Sozial



Aktivitäten

- Priorisierung der E2.0 Gamification Ziele zur Verbesserung von
=> Prozessabläufen
=> User-Engagement
=> Change Mngt.

- Prozessanalyse / Status User Engagement
- Analyse vorhandener KPIs
- Stakeholder Analyse

- Handlungsfelder
- Widget (IT) Evaluierung
- KPIs
- Kreativitäts Workshops

- Pilot Anwendungen
- IT-Implementierung

- Messung: Gamification spezifische KPIs; bestehende KPIs
- Revision / Fine-Tuning
- Replikation

Ergebnis

- Zieldefinition

- Potentiale für Gamification
- Priorisierung der Stakeholder die vom Game profitieren

- Game Konzepts
- Zielgrößen für KPIs
- Aufwands-einschätzung
- Roadmap

- Phase-in
- Pilot Erfahrungen

- Verbesserung relevanter KPIs

Interesse? Melden Sie sich bei uns für weitere Infos!

Best practice -
Beispiele für Games im Unternehmen

Gamification –
Entwicklung individueller Game
Elemente für die Enterprise 2.0
Einführung

Tool Auswahl -
Auswertung von Gamification
Anwendungen und Anbietern

Prozessintegration -
Machbarkeit / Gamification Strategie

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Insights - Gamification und E2.0

Kontakt

Dr. Christoph Tempich
Head of Consulting

inovex GmbH
Karlsruher Straße 71
D-75179 Pforzheim

Mobil +49 173 3181-068

Mail christoph.tempich@inovex.de

