

COMO ADOTAR GAMIFICAÇÃO EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



INTRODUÇÃO 3

O QUE É GAMIFICAÇÃO? 5

**COMO ADOTAR A GAMIFICAÇÃO EM PEQUENAS
E MÉDIAS EMPRESAS? 7**

QUAIS SÃO OS BENEFÍCIOS DA GAMIFICAÇÃO?.....14

CONCLUSÃO18

SOBRE O SEBRAE PE 20



INTRODUÇÃO

Você já ouviu falar em **gamificação**? Associada ao mundo dos jogos, a metodologia inovadora é utilizada em pequenas e médias empresas para engajar o público e otimizar a mensuração das ações estratégicas.

Por isso, o método tem sido cada vez mais aplicado nos diversos segmentos do mercado competitivo, seja na recepção aos novos colaboradores, na dinâmica dos treinamentos ou na fidelização dos clientes à marca.



Não por menos, **o mercado da gamificação está em crescimento no Brasil e no mundo**. A estratégia movimentou cerca de 7 bilhões de dólares (R\$ 35 milhões) no planeta em 2019, de acordo com o mais recente levantamento do [ReportLinker](#).

A mesma pesquisa projeta que o uso desse método deve girar 40 bilhões (R\$ 200 bilhões) de dólares no cenário internacional em 2024.

Pensando nisso, este e-book completo mostra o que é gamificação e oferece as **melhores dicas para a gestão adotar essa estratégia em pequenas e médias empresas**, como elaborar quizzes, aproveitar o conceito em treinamentos, adotar a ideia do reconhecimento, utilizar as fases a favor da corporação, buscar referências e, claro, conhecer profundamente a equipe.

Não tenha dúvidas de que, atualmente, os conceitos dos personagens, dos objetivos e das missões saiu dos consoles e ganhou o mundo dos negócios. Continue a leitura e saiba **como aplicar a gamificação na sua empresa**, engajando os times e aumentando a produtividade dos colaboradores!



O QUE É GAMIFICAÇÃO?

Derivada do inglês *gamification*, gamificação é a prática, muito comum em corporações hoje em dia, de **adotar conceitos e características de jogos para motivar o comportamento e impulsionar o aprendizado das pessoas em situações reais**, transformando materiais densos em conteúdos mais acessíveis, nem sempre associados, diretamente, ao mundo dos games.

Em outras palavras, quando falamos em *gamification*, o que está em jogo são os **elementos comuns às narrativas dos games**, apesar de essa estratégia não se restringir ao entretenimento.

Assim, as metodologias e lógicas dos jogos são utilizadas como inspiração para criar materiais interativos e conteúdos ricos em informação que facilitam o processo de aprendizado.



A depender da lógica incorporada aos materiais desenvolvidos e dos diferentes ambientes em que essa prática circula, as principais formas de gamificação são:



- » gamificação em treinamento corporativo: quando a técnica é aplicada ao treinamento, tornando-o mais atrativo para engajar e impulsionar a formação dos colaboradores;
- » gamificação no *onboarding* (processo de integração dos novos membros da empresa): apresentando, de maneira dinâmica, aos novatos a cultura empresarial;
- » gamificação na educação: quando as estratégias dos jogos são aplicadas à sala de aula, melhorando a explicação dos professores e transformando o processo de aprendizagem dos alunos;
- » gamificação no marketing: por meio de ações estratégicas nas redes sociais para fortalecer o vínculo das marcas com o público-alvo;
- » gamificação na saúde: transformando a experiência do paciente com a lógica dos jogos, com maior facilidade para seguir um tratamento e adotar hábitos saudáveis;
- » gamificação e engajamento social: com a aplicação de conceitos do mundo dos games na sociedade, estimulando ações políticas e envolvendo os mais diversos atores em campanhas sociais.

Como você vê, a gamificação pode ser aplicada aos mais diversos segmentos da sociedade, desde a educação, na relação entre professor e aluno, até a saúde, transformando a experiência do paciente com clínicas e hospitais. No entanto, aqui, estamos focando no uso dessa estratégia por pequenas e médias empresas.

A técnica é atrativa para o **contexto empresarial** porque elementos característicos dos jogos, como o sistema de pontuação e um objetivo claro a ser alcançado pelo time em missões específicas, aproximam-se, por incrível que pareça, da rotina organizacional.

Assim, essas estratégias podem ser adotadas nas empresas para atrair as pessoas, motivar o aprendizado e engajar os colaboradores em determinadas ações.

Em resumo, a gamificação é considerada uma forma atrativa de impactar os colaboradores, principalmente quando os profissionais são mais jovens e têm muita familiaridade com plataformas tecnológicas, a exemplo de Ambientes Virtuais de Aprendizagem e treinamentos on-line.

Mas ao utilizar os conceitos dos games, o empregador não precisa abandonar outros métodos eficazes de qualificação.





**COMO ADOPTAR
A GAMIFICAÇÃO
EM PEQUENAS E
MÉDIAS EMPRESAS?**

Desenvolver novas técnicas de engajamento é um desafio constante para qualquer empresa, concorda? Mas esse cenário conta, hoje, com os conceitos e as metodologias da gamificação para tornar o treinamento dos colaboradores e a relação da marca com os clientes mais dinâmicas e pertinentes.

Listamos **7 dicas práticas para adotar a gamificação dentro de pequenas e médias empresas**. Confira!

USE QUIZZES

Jogos de perguntas, em que os participantes respondem a múltiplas questões e podem acumular pontos, os **quizzes** são jogados de forma individual ou em grupo, testando o conhecimento do jogador e do adversário em um determinado assunto.

Nas empresas, esse recurso da gamificação é implementado, geralmente, ao final dos cursos, quantificando o progresso de cada funcionário e atestando o quanto de conteúdo foi adquirido a partir do treinamento.



SAIBA DEFINIR AS REGRAS DO JOGO

Não há como atingir um determinado objetivo, concluindo uma missão ao vencer os obstáculos da jornada, sem compreender qual é a finalidade do game, certo? E não seria diferente com a gamificação em pequenas e médias empresas, já que os **participantes devem compreender questões centrais como foco, método e conteúdo das dinâmicas.**

Um sistema de metas com bonificação é bastante diferente de um software de gamificação que incentiva a troca de pontos como recompensa para ações diárias. Portanto, para garantir o engajamento dos envolvidos na estratégia, é preciso deixar claro quais são as regras do jogo, já que elas mudam de acordo com as características de cada processo.

USE AS FASES A FAVOR DA EMPRESA

A jornada do herói é a base para as narrativas dos jogos, que devem elaborar níveis, conquistas, objetivos e emblemas aos participantes. Igualmente, ao adotar a **gamificação nos processos internos**, as empresas devem se basear nesses elementos-chave para manter os colaboradores motivados na competição.

Desse modo, quando o profissional observa que está progredindo na dinâmica ao vencer as batalhas diárias, conquistar novos níveis, atingir um objetivo e ganhar uma recompensa, por exemplo, ele se mantém extremamente motivado, comprometendo-se com a estratégia e engajando os colegas nessa jornada dentro da empresa.



BUSQUE REFERÊNCIAS

Antes de aplicar a gamificação ao contexto da organização, é preciso **buscar referências**, verificando como a concorrência está utilizando conceitos e metodologias do mundo dos jogos para impulsionar as dinâmicas de treinamento e comprometimento dos colaboradores.

Além disso, é fundamental realizar um planejamento, colocando na ponta do lápis o que a empresa pretender alcançar com a gamificação. Nessa hora, devemos considerar alguns fatores, como os pontos desafiadores da corporação, o que precisa ser melhorado no ambiente de trabalho e o que deve ser corrigido para impulsionar os resultados do negócio.

Após buscar referências, elaborar cada um desses pontos centrais e registrar o planejamento, a gestão pode iniciar o processo de gamificação, implementando mudanças no treinamento da equipe e na recepção dos colaboradores — ou entrar em contato com uma empresa especializada, para montar uma estratégia alinhada aos objetivos da marca.

APROVEITE O CONCEITO EM TREINAMENTOS

É verdade que as estratégias de gamificação são muito importantes para impulsionar a dinâmica de trabalho. Mas é interessante aplicar as metodologias, também, em processos complementares, como **treinamentos** e integração de funcionários (*onboarding*) no ambiente físico ou virtual da empresa.

ADOTE A IDEIA DE RECONHECIMENTO

A ideia de **reconhecimento** é um dos pontos-chave para a narrativa dos jogos. Isso porque os participantes se sentem motivados ao receber distintivos, emblemas ou condecorações que simbolizam a sua dedicação nos desafios, a sua coragem para ajudar a comunidade e o seu progresso em uma determinada conjuntura.

Por isso, não deixe de usar a ideia de reconhecimento presente na gamificação para conhecer melhor as qualidades de cada um dos seus colaboradores e, principalmente, mostrar para eles que a gestão reconhece as competências e esforços individuais e conjuntos nas missões assumidas pela organização.

CONHEÇA A SUA EQUIPE

Em uma empresa, as **equipes são formadas por pessoas com particularidades, formações e habilidades muito distintas**. Nesse sentido, a ideia de competição inspirada no mundo dos jogos pode não agradar a todos e, como consequência, a dinâmica tende a se transformar em um desastre individual caso não seja bem aplicada pela gestão e levada a sério, com compromisso, pelos colaboradores.



Portanto, para evitar esse tipo de ocasião, que pode gerar um sentimento negativo e desmotivar a aplicação de estratégias de gamificação na rotina de trabalho, é essencial implementar as medidas gradualmente, adaptando as missões e os desafios conforme as especificidades de cada um dos membros do time.

Para isso, a gestão deve conhecer profundamente o perfil de cada jogador, e não apenas pensar no desempenho conjunto do grupo. O motivo é que sempre há indivíduos com características distintas, como:

- » predadores, muito engajados nas missões e com forte senso de competitividade;
- » conquistadores, motivados a realizar os desafios diários;
- » exploradores, muito curiosos e empenhados em aprender mais;
- » socializadores, que priorizam os vínculos sociais.

Conseguir reunir esses diferentes perfis de jogadores deve contribuir para o sucesso da estratégia de gamificação na sua empresa!



**QUAIS SÃO OS
BENEFÍCIOS DA
GAMIFICAÇÃO?**

Até aqui, você viu quais são as características e como adotar a gamificação na sua empresa. Mas a dúvida que fica é sobre as **principais vantagens dessa prática**, que utiliza metodologias dos games no mundo corporativo. Veja as principais!

ENGAJAMENTO DOS COLABORADORES

A princípio, aplicar a ideia dos jogos nas empresas é interessante para ensinar aos colaboradores habilidades de maneira dinâmica, tornando os treinamentos mais interessantes e estimulantes para a equipe.

Desse modo, a gamificação é bastante eficiente para **engajar a participação dos colaboradores** nas ações de desenvolvimento da empresa, otimizando o desempenho do time e incentivar o trabalho em equipe, conforme as diretrizes e a política organizacionais.

Isso ocorre porque, por meio da elaboração de estratégias baseadas em um jogo, os funcionários são estimulados a aprender o conteúdo, conseguindo mais pontos a cada etapa vencida.



TÉCNICA APLICADA EM DIFERENTES FASES

A técnica pode ser aplicada em **diferentes fases da empresa**, desde a integração de novos colaboradores até o momento de treinamento e qualificação, passando pela participação dos profissionais em eventos e outros tipos de atividades que enriquecem a experiência e o conhecimento da equipe.

COMPETIÇÃO SAUDÁVEL

O jogo aplicado ao contexto organizacional desenvolve uma **competição saudável** entre os profissionais, impactados por um sentimento de conquista e reconhecimento das autoridades a cada objetivo alcançado.

O resultado não poderia ser melhor: o time se torna mais entusiasmado e comprometido para vencer os próximos desafios e, como nos games, somar pontos a cada batalha superada.



PRODUTIVIDADE E RETENÇÃO DE TALENTOS

A gamificação aplicada às empresas impulsiona a relação entre os times e cria um ambiente corporativo mais saudável, unindo a produtividade ao desenvolvimento humano sem abrir mão da contribuição dessa estratégia na atração de talentos em pequenas e médias empresas.

Como resultado, a estratégia aperfeiçoa as técnicas e as competências profissionais, já que o cenário de aprendizado é mais dinâmico e atualizado, sendo propício para o desenvolvimento do trabalho em equipe e para a aquisição de conhecimento.

Assim, com mais engajamento, motivação e reconhecimento por parte dos gestores, a gamificação ecoa nos processos internos e externos da empresa, contribuindo, também, para a **retenção de talentos** no negócio.

RECONHECIMENTO DOS PERFIS DA EQUIPE

Ao engajar os colaboradores em diferentes desafios, a gamificação ajuda os recrutadores a **mapear os resultados e a traçar o perfil de cada profissional.**

Por isso, por meio da aplicação dessa estratégia à rotina produtiva, a gestão consegue ampliar o conhecimento sobre a relação entre o trabalho individual e a cooperação em equipe, além de compreender quais funcionários têm dificuldade para se engajar nas ações e analisar qual é o desempenho de cada um.

Assim, a gamificação em pequenas e médias empresas moderniza os processos e as soluções do setor de RH em consonância com a gestão do negócio, para engajar, motivar e otimizar os níveis de satisfação dos seus colaboradores.





CONCLUSÃO

Neste conteúdo, você entendeu o que é e para que serve a gamificação em pequenas e médias empresas. A estratégia utiliza ideias e metodologias do mundo dos *games* no ambiente corporativo, ajudando os colaboradores a alcançar os objetivos e tornando a rotina de trabalho mais interessante.

Ela também contribui com a retenção de talentos em tempos de Indústria 4.0, no desenvolvimento de tecnologias para automação e troca de dados dos usuários.

Em todo caso, antes de adotar a gamificação na sua organização, é essencial estudar as referências, compreendendo como a concorrência tem apostado nessa técnica, para, em seguida, introduzir os recursos aos poucos.

Isso ajuda a ter resultados positivos, respeitando as particularidades de cada colaborador nessa jornada rumo aos melhores resultados, tanto na experiência individual quanto no compromisso da organização com a sociedade.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é **uma entidade privada desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e uma ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem a prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de **fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos empreendimentos**, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.